

ÖSTERREICHISCHER RUNDFUNK
PUBLIKUMSRAT

Sitzungsprotokoll
3/2022

Ort: ORF-Zentrum, Großer Sitzungssaal
1136 Wien, Würzburggasse 30

Zeit: Mittwoch, 28. September 2022
10.04 Uhr bis 13.50 Uhr

Folgende Mitglieder sind anwesend:

Hr. Ing. Johann BAUMGARTNER, MAS
Hr. Ing. Florian BRUNGRABER
Hr. Mag. Josef BURANITS, LL.M.
Fr. Mag.^a Andrea DANMAYR (Vorsitzenden-Stellvertreterin)
Fr. Sonja HORNER
Hr. Mag. Klaus HÜBNER
Fr. Elisabeth KERN
Hr. Mag. Andreas KRATSCHMAR
Hr. Mag. Walter MARSCHITZ, BA (Vorsitzender)
Hr. Univ.-Prof. Dr. Siegfried MERYN
Hr. Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael MEYER
Fr. Barbara NEPP
Hr. Christoph RIEDL
Hr. Dr. Josef SIFFERT
Fr. MMag.^a Dr.ⁱⁿ Petra STOLBA
Fr. Pauline TREPCZYK, BSc
Hr. Michael WALCHHOFER, MBA
Hr. MMag. Bernhard WIESINGER, MBA, MPA
Fr. Mag.^a Daniela ZIMMER

Österreichischer Rundfunk:

Hr. Generaldirektor Mag. Roland WEISSMANN
Fr. Programmdirektorin Stefanie GROISS HOROWITZ (TOP 2)
Hr. Alexander HOFER, CM ORF 2 und interim. HAL Unterhaltung (TOP 2)
Hr. Mag. Dr. Josef LUSSER

Stimmübertragungen:

Hr. Dr. Gerhard HEILINGBRUNNER
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR
Hr. Univ.-Prof. Dr. Markus HENGSTSCHLÄGER
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR
Fr. RA Mag.^a Michaela KRÖMER, LL.M.
vertreten durch Univ.-Prof. Mag. Dr. Michael MEYER
Hr. Martin LADSTÄTTER, M.A.
vertreten durch Mag.^a Andrea DANMAYR
Fr. Mag.^a Sophie MATKOVITS
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR
Hr. Willi MERNYI
vertreten durch Mag.^a Daniela ZIMMER
Hr. Univ.-Prof. Dr. Siegfried MERYN
ab 12.40 Uhr vertreten durch Mag.^a Daniela ZIMMER
Hr. Mag. Martin SCHENK
vertreten durch Christoph RIEDL
Fr. Mag.^a Dr.ⁱⁿ Regina WEITLANER
vertreten durch Mag. Andreas KRATSCHMAR

entschuldigt:

Hr. Univ.-Prof. Mag. DDr. Matthias KARMASIN
Hr. Wolf LOTTER
Fr. Dr.ⁱⁿ Maria NEISSER

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 9.6.2022	4
2. Themenschwerpunkt: Unterhaltung	4
3. Bericht des Generaldirektors und allgemeine Programmfragen	26
4. Bericht des Vorsitzenden	38
5. Berichte aus den Ausschüssen	
5.1. Präsidialausschuss: Bericht über die Sitzung vom 20.9.2022	38
5.2. Konsumentenausschuss: Bericht über die Sitzung vom 24.6.2022	43
5.3. Ausschuss für Unternehmens- und Medienpolitik: Bericht über die Sitzung vom 21.9.2022	44
5.4. Finanzausschuss: Bericht über die Sitzung vom 27.9.2022	45
5.5. Programmausschuss: Bericht über die Sitzung vom 27.9.2022	46
5.6. Beschwerdeausschuss: Bericht über die Sitzung vom 27.9.2022	48
6. Allfälliges	50

Der VORSITZENDE begrüßt die Gremienmitglieder, die Gäste die Mitglieder der ORF-Führung, den Generaldirektor herzlich zur Sitzung des Publikumsrats. Bevor man in die Tagesordnung eintrete, wolle er mitteilen, dass es einen Personalwechsel im Gremium gibt. Für all diejenigen, die schon länger im Gremium seien, sei er eher ein Déjà-vu als eine Neuigkeit. Siffert kehre wieder in den Publikumsrat zurück. Er bitte ihn, für diejenigen, die ihn noch nicht kennen würden, kurz zu sagen, wer er sei und warum er hier sei.

SIFFERT begrüßt die Kolleginnen und Kollegen und den Generaldirektor. Sein Name sei Josef Siffert und er sei für die Landwirtschaftskammer Österreich im Gremium. Er folge Markus Habermann nach. Er werde als Begleiter aus der Landwirtschaft in den kommenden Jahren landwirtschaftliche Themen einbringen. Seine Schwerpunkte seien Landwirtschaft und Ernährung. Wenn es zu diesem Bereich Fachfragen gebe, denn die Landwirtschaft kenne man ja doch nicht so aus dem eigenen Erleben, dann stehe er dafür natürlich gerne zur Verfügung. *(Beifall.)*

Der VORSITZENDE heißt Siffert im Gremium herzlich willkommen. Man freue sich sehr.

Der VORSITZENDE tritt in Punkt 1 der Tagesordnung „GENEHMIGUNG DES PROTOKOLLS VOM 9.6.2022“ ein.

Der Vorsitzende stellt fest, dass es keine Anmerkungen oder Einwände zu diesem Protokoll gibt. 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 9.6.2022 damit einstimmig genehmigt.

Der VORSITZENDE tritt in Punkt 2 der Tagesordnung „THEMENSCHWERPUNKT: UNTERHALTUNG“ ein. Man habe sich auch für diese Sitzungsperiode vorgenommen, jede Sitzung unter einen bestimmten thematischen Schwerpunkt zu stellen. Als ersten Schwerpunkt habe man das Thema Unterhaltung ausgewählt. Das hänge damit zusammen, dass man die Publikumsratsumfragen 2020 und 2021 dem Thema gewidmet habe. In der einen sei

es um die fiktionale Unterhaltung gegangen und in der anderen um die non-fiktionale. Man werde sich die Ergebnisse dieser Publikumsratsumfragen in Erinnerung rufen. Es freue ihn, dass zwei der Hauptverantwortlichen für die Unterhaltung im ORF oder eigentlich drei, wenn er den Generaldirektor hinzunehme, anwesend seien, also neben dem Generaldirektor die Programmdirektorin Stefanie Groiss Horowitz und Alexander Hofer, der Channelmanager von ORF 2 und zugleich interimistischer Hauptabteilungsleiter Unterhaltung.

Zu Beginn wolle er Kratschmar bitten, die wichtigsten Ergebnisse der Publikumsratsumfragen zusammenzufassen.

KRATSCHMAR dankt für die Worterteilung und führt aus:

Wir haben uns aus guten Gründen in zwei Umfragen mit dem Thema Unterhaltung beschäftigt, weil das natürlich ein schwieriges Feld ist, weil es unterschiedliche Geschmäcker gibt. Sie ist ein sehr wichtiges Feld des öffentlich-rechtlichen Angebots und ein wichtiges Standbein, das für die Akzeptanz des ORF eine ganz entscheidende Rolle spielt.

Vor diesem Hintergrund haben wir uns in zwei Studien mit Blick auf den non-fiktionalen und den fiktionalen Bereich angeschaut, welche Erwartungen das Publikum hat und welche Erfahrungen es mit der ORF-Unterhaltung gemacht hat. Die erste Studie 2020 war dem Thema non-fiktionale Unterhaltung gewidmet und ist von psyma durchgeführt worden.

Die Ergebnisse zeigen eigentlich ein positives Bild. Die Lust auf Unterhaltung ist ungebrochen hoch. Das Publikum ist bereit für Angebote. Die Motivlagen sind sehr unterschiedlich und reichen von Berieselung bis hin zu einer bewussten Hinwendung und dem Wunsch, auch etwas mitnehmen zu können. Die gute Nachricht ist jedenfalls, dass das Publikum bereit für mehr Unterhaltung ist.

Die Top 3 der beliebtesten Unterhaltungsgenres: Es führt der Bereich Comedy, Satire, Kabarett. Das haben 54 % sehr gern oder gern. Danach folgen die Quizshows und Ratesendungen und dann die Unterhaltungsshow. Bei anderen Formen der Unterhaltung gibt es ein ein bisschen polarisierteres Meinungsbild.

Im Realitycheck, wie das ORF-Unterhaltungsangebot wahrgenommen wird, wo der ORF also sehr gut und gut ist, zeigt sich, dass der ORF bei Comedy, Satire, Kabarett mit 41 % „sehr gut“- und „gut“-Bewertungen am besten abschneidet. Danach folgen die Quizsendungen, volkstümliche Sendungen und Unterhaltungsshow mit je 28 %. Da sieht man, dass die Anforderungen und das, was vom ORF geliefert wird, doch recht gut übereinstimmen.

Was sind die Anforderungen des Publikums an Unterhaltungssendungen generell? Was muss eine gute Unterhaltungssendung können? – Wenig überraschend ist es für 87 % sehr wichtig oder wichtig, dass eine Unterhaltungssendung unterhaltsam ist. Es gibt also offenbar auch Unterhaltungssendungen, die weniger unterhaltsam sind. Das ist also eine zentrale Anforderung. Es sind aber auch Qualität und Niveau wichtige Anforderungen. Dass es Spaß macht, ist wichtig. Ein wichtiger Punkt ist auch, dass mit Gästen respektvoll umgegangen wird. Das ist ein wichtiges Anliegen. Am Ende der Rangliste finden sich Items wie politische Themen oder neue Gesichter.

Die Frage der Ausspielwege wird uns dann im fiktionalen Bereich noch mehr beschäftigen. Die nicht-fiktionale Unterhaltung konsumieren 63 % linear. Bei den Jüngeren schaut das ein bisschen anders aus. Bei den 14-29-Jährigen sind es vergleichsweise nur noch 31 %, die noch nur linear schauen, 12 % nur online. Es gibt also auch in diesem Bereich der Unterhaltung eine Verschiebung bei den Jüngeren.

Welche Sender werden genutzt, wenn sich das Publikum unterhalten will? – Da liegen die ORF-Sender mit einem Mittelwert von 2,3 in der Bewertung vorne gefolgt von den deutschen und österreichischen Privatsendern. Am wenigsten unterhaltsam ist offenbar das deutsche öffentlich-rechtliche Fernsehen, das 47 % häufig oder gelegentlich nutzen.

Ein kleiner Realitycheck ist auch die Zufriedenheit mit dem Unterhaltungsangebot der Sender. Da zeigt sich eigentlich ein sehr homogenes Bild. Die Werte sind sehr durchschnittlich und die Sender liegen tatsächlich fast gleichauf. Mit dem ORF sind 47 % sehr zufrieden oder zufrieden. Die deutschen Privatsender oder die deutschen Öffentlich-Rechtlichen liegen bei 49 %. Da schwimmen wir also mit und sind nicht vorne.

Bei der Frage nach den Stärken im non-fiktionalen Unterhaltungsangebot des ORF zeigt sich sehr klar – das war eine offene Frage –, dass der Österreichbezug ganz wichtig ist. Das ist zum Beispiel etwas, das uns von Deutschland unterscheidet. Das deutsche psyma-Institut hat uns klar gesagt, dass das, wenn man eine solche Umfrage in Deutschland durchführen würde, dort nicht so wäre. Hieran sieht man jedoch ganz klar, dass Österreichbezug und bekannte Gesichter ganz wichtig sind.

Was sind die Schwächen im non-fiktionalen Unterhaltungsangebot? – Auch das eine offene Frage. Da sagen 9 %, es ist zu eintönig, es gibt zu wenig Neues. Diese Rückmeldung wird uns in der Studie auch weiterhin noch beschäftigen.

Was sind eigentlich die Wünsche an den ORF für die Zukunft? Was will das Publikum? – Da gibt es eine sehr klare Stimmungslage. Das Publikum wünscht sich mehr Comedy, Satire und Kabarett. Da wollen 39 % mehr davon. An der zweiten Stelle liegen die Unterhaltungsshows und dann folgen die Quizshows und Ratesendungen. Das sind die Anforderungen hinsichtlich der Genres.

Was sind inhaltliche Wünsche an die ORF-Unterhaltung der Zukunft? – Das war auch wieder eine offene Frage. 30 % sagen, sie wollen mehr Abwechslung, mehr Neues, und das ist bei einer offenen Frage doch ein sehr deutliches Ergebnis. Das ist eine klare Rückmeldung des Publikums.

Was heißt das jetzt insgesamt? – Auf der einen Seite ist klar: Die Nachfrage des Publikums nach Unterhaltung ist ungebrochen hoch. Bei der Publikumszufriedenheit liegen wir da ähnlich wie andere Sender. Der große Wunsch ist, wie in der offenen Frage deutlich wurde, dass etwas Neues ausprobiert wird, es zu Innovationen kommt. Ein ganz entscheidender Erfolgsfaktor in der Unterhaltung, das hat sich in der Umfrage an mehreren Stellen gezeigt, sind eben der Österreichbezug, regionale Bezüge. Die sind ganz, ganz entscheidend für das Publikum. – So weit die Studie zur non-fiktionalen Unterhaltung.

Wir haben uns aber auch angeschaut, wie es im fiktionalen Bereich, bei Filmen und Serien aussieht, was da die Erwartungen und Anforderungen des Publikums sind. Da ist die Welt durch Netflix und Co. natürlich gehörig in Bewegung geraten. Es ist wichtig zu wissen, wo und wie der ORF da in der Wahrnehmung des Publikums da steht.

Was sind die Unterhaltungsgenres, die aus Sicht des Publikums attraktiv und interessant sind? – Wir sehen, dass es eine hohe und breite Beliebtheit von Komödien, von Krimis, von Action und auch von historischen Serien, von österreichischen Filmen und Serien, von Familienfilmen und -serien gibt. Das ist etwas, das nicht polarisiert. Mit anderen Angeboten würde man nur ein „spitzeres“ Publikum erreichen.

Ganz hinten in dieser Rangliste liegen die Daily Soaps. Jedenfalls gibt es ein klares Stimmungsbild, welche Genres bevorzugt werden.

Der nächste Punkt, und damit sind wir wirklich in einem ganz entscheidenden Bereich, sind die Rahmenbedingungen fiktionaler Unterhaltungssendungen, also sozusagen die Convenience bei der Nutzung. Da sehen wir ein wirklich verändertes Nutzungsverhalten. Es zeigt sich, dass 48 % mehrere Folgen hintereinander schauen wollen, bei den bis zu 29-Jährigen sind das 74 %. 43 % wollen zeitversetzt online schauen. Bei den bis zu 29-Jährigen sind das 69 %. Das ist ein ganz entscheidendes Thema bei fiktionalen Unterhaltungsangeboten. Da geht es nicht nur um das Was, das angeboten wird, sondern auch um das Wie, wie das genutzt werden kann. Da sehen wir wirklich ein deutlich verändertes Nutzungsverhalten insbesondere bei jungen Zielgruppen.

Die Sendernutzung bei fiktionalen Unterhaltungsangeboten zeigt einen klaren Vorteil des ORF gegenüber anderen Sendern. Da liegen wir recht gut. Die Streamingdienste rücken da dem ORF allerdings ordentlich nahe. Bei den bis zu 29-Jährigen nutzen 80 % Streamingdienste und 46 % den ORF. Da sehen wir also eine klare Differenzierung und einen klaren Unterschied.

Bei der Zufriedenheit mit dem fiktionalen Unterhaltungsangebot der Sender gibt es einen klaren Sieger, und das sind die Streamingdienste. Das sieht man besonders deutlich im Bereich der sehr Zufriedenen. Da haben Netflix und Co. die Nase deutlich vorn. Das hat uns das psyma-Institut klar bestätigt.

Wir haben dann natürlich auch nach den Stärken des ORF bei den fiktionalen Unterhaltungsangeboten aus Sicht des Publikums gefragt. Da sehen wir wieder die Faktoren Österreichbezug, bekannte Gesichter. Die sind für das Publikum ein ganz, ganz wichtiger Erfolgsfaktor. Das war eine offene Frage, zu der das Publikum die Möglichkeit hatte, Stellung zu nehmen. Das sind klare Assets in diesem Bereich.

Wir haben dann noch nach den Schwächen im fiktionalen Unterhaltungsangebot des ORF aus Sicht des Publikums gefragt. Da führen die Angaben: nichts Neues, zu viele Wiederholungen, wenig Abwechslung. Das sagen 19 % des Publikums in einer offenen Frage. Das ist also sehr relevant.

Bei der Relevanz verschiedener Eigenschaften von Filmen und Serien zeigt sich ebenfalls, dass heimische Drehorte, heimischer Humor ganz entscheidende Faktoren sind, Dinge, die das Publikum an den Angeboten schätzt. Das ist natürlich für die Weiterentwicklung dieses Angebots wichtig.

Bei den Wünschen für die Zukunft sehen wir relativ klar, dass sich das Publikum mehr österreichische Filme und Serien wünscht, mehr Komödien und mehr historische Serien und auch mehr Familienserien und -filme. Es gibt also eine klare Präferenz für österreichische Film- und Serienprodukte.

Ich möchte ein kurzes Fazit ziehen: Wir sehen also, und das ist noch stärker als in der anderen Studie, dass Österreich im fiktionalen Bereich ein ganz wichtiges Asset für den ORF ist, das man ausspielen muss. Es ist aber auch der Convenience-Faktor ganz, ganz entscheidend. Es geht also darum, dass Filme und Serien für lineares Fernsehen letztlich auch auf Plattformen zur Verfügung stehen. Das ist vor allem für die Jüngeren wichtig. Vor diesem Hintergrund zeigt sich, wie wichtig das Playerprojekt und die entsprechenden Vorhaben des ORF sind.

Ich möchte mit dem Hinweis darauf schließen, dass wir die Ergebnisse und die Diskussionen darüber in zwei Empfehlungen an die Geschäftsführung zusammenge-

fasst haben, in denen wir etwa für den Bereich der nicht-fiktionalen Unterhaltung deutlich gemacht haben, dass programmliche Innovationen ein wichtiges Thema sind, dass österreichische Eigenproduktionen wichtig sind. Im Bereich der fiktionalen Unterhaltung haben wir darauf hingewiesen, dass die veränderten Nutzungsgewohnheiten zu berücksichtigen sind und in eine entsprechende Ausspielstrategie umgesetzt werden müssen und dass auch im fiktionalen Bereich die Stärken des ORF, insbesondere der Österreichbezug, die Regionalität und die Eigenproduktionen gezielt weiterentwickelt werden müssen.

Es zeigt sich, so glaube ich, insgesamt, dass die Unterhaltung für die Legitimation des ORF nicht zu unterschätzen ist, weil es bei der Unterhaltung eben nicht nur um Unterhaltung geht, sondern auch um österreichische Identität, Produktion, Reflexion und Repräsentation, wie immer man das sehen will. Das sind ganz, ganz entscheidende Faktoren.

MARSCHITZ meint, er habe daraus fünf Punkte für sich entnommen, die er nunmehr an die Verantwortlichen adressieren wolle. Die Leute wollten offensichtlich lustige Dinge, unterhalten werden, Comedy, was in diesen Zeiten schließlich kein Wunder sei. Man müsse allerdings dazusagen, dass die Erhebungen dazu jeweils im November 2019 und 2020 stattgefunden haben. Da seien die Zeiten noch nicht ganz so schlimm gewesen. Das würde sich inzwischen sicherlich noch stärker ausprägen, wenn man die Befragungen jetzt durchführen würde. Vielleicht gebe es da ja auch neuere Befragungen.

Der Österreichbezug sei wichtig. Die Leute wollten Neues, aber keine neuen Gesichter. Das finde er interessant. Es gebe bei der fiktionalen und nicht-fiktionalen Unterhaltung ein deutlich unterschiedliches Nutzungsverhalten. Bei der nicht-fiktionalen Unterhaltung sei das Lineare sehr stark, bei der fiktionalen die Streamingdienste und Online.

Die Zufriedenheit des Publikums mit den Unterhaltungsangeboten des ORF sei ausbaufähig. Bei den non-fiktionalen Angeboten liege man da auf einer Linie mit den anderen, zum Teil sogar leicht hinten. So genau könnten Umfragen nicht sein, wie man erst letzten Sonntag wieder gesehen habe.

Seine Frage an die Verantwortlichen sei, wie sie das sehen würden und was ihre strategischen Ansätze dazu seien. An den Generaldirektor richte er die Frage, welche Schlüsse er daraus ziehe, und dann an die Verantwortlichen die, wie sie das sehen würden und was ihre strategischen Ansätze dazu seien.

WEISSMANN wünscht einen guten Morgen. Das veränderte Nutzerverhalten der Jungen sei genau das, was man seit Jahren hervorhebe. Das habe weniger mit einer Ausspielstrategie zu tun, sondern mit digitalen Möglichkeiten. Daher brauche es eine Digitalnovelle für den ORF, das könne er nur nochmals unterstreichen, weil man eben ein anderes Mediennutzungsverhalten vorfinde. Mit einer längeren Verweildauer der Angebote, länger als 7-Tage-Catch-up, wie es derzeit noch sei, würde man die Jungen viel mehr ansprechen können.

Er selbst sei auch Abonnent von Streamingdiensten. Natürlich seien die gut gemacht. Streamingdienste würden jedoch vor allem Fiktion und Dokus bringen. Der ORF habe da doch ein viel breiteres Angebot. Wenn man mit einem Spezialisten konkurriere, sei das natürlich immer schwierig. Er verweise also schon darauf, dass das Portfolio des ORF mit Information, mit Kultur, mit Sport viel, viel größer sei. Das gebe es dort alles nicht. Das müsse man also schon immer in Relation setzen.

Was die Zufriedenheit anlange, sehe man beim ORF jeden Tag in der Früh an der Quotenmessung, wie erfolgreich die Programme gewesen seien. Bei den Streamingdiensten sei es nach wie vor so, dass es dort keine Quoten gebe. Dass man dort zufrieden sei, sei okay, aber was heiße das. Wenn die mit ihren Produkten nur annähernd solche Erfolge hätten wie der ORF, so würden sie die kommunizieren, nur sie würden eben genau das jetzt nicht tun. Man müsse die Zufriedenheit da also immer auch ein bisschen in Relation setzen. Beim ORF wisse man täglich, wie es im Vergleich zu allen anderen funktioniert habe. Man könne sogar im Minutentakt verfolgen, wie sich das Publikum verhalte. Die Zufriedenheitswerte seien also zu akzeptieren, man müsse sie aber immer auch in Relation setzen.

Letzter Punkt: Genau weil man sehe, was das Publikum da verlange, habe man jetzt noch zusätzlich 15 Millionen € ins Programm investiert, in Fiktion, in Filme etc. Das würden Groiss Horowitz und Hofer in der Folge dann noch im Detail darlegen.

Die PROGRAMMDIREKTORIN wünscht einen schönen Vormittag und führt aus: Ich würde gerne beginnen. Wir haben uns dazu entschlossen, diese Präsentation gemeinsam so zu halten, dass wir sie wie die Publikumsratsstudien in einen fiktionalen und einen non-fiktionalen Schwerpunkt differenzieren. Ich werde mit dem fiktionalen Schwerpunkt beginnen und Hofer übernimmt dann die non-fiktionale Unterhaltung.

Grundsätzlich freuen uns diese Studien, weil sie uns in allem unterstützen, was wir tun und wie wir denken. Bevor wir ins Detail gehen vielleicht noch zwei grundsätzliche Anmerkungen anschließend an die Ausführungen des Generaldirektors. Ich glaube auch, dass man die Ergebnisse differenziert betrachten muss. Ich kann sehr gut verstehen, dass Innovation etwas ist, was gefordert wird. Das wollen und werden wir auch leisten. Wenn man es jedoch zu Ende denkt, dass jede Innovation vielleicht zulasten von etwas geht, was man aber auch gerne hat und schon lang gern hat, dann wird das Ergebnis ein bisschen anders ausschauen. Wenn man sich zwischen der Lieblingssendung und einer neuen entscheiden muss, dann werden wir erst sehen, wie dieses Match ausgeht.

Das Wesentliche, was wir zu leisten haben, um das zu erreichen, ist, dass wir das finanzieren müssen. Es ist ja nicht so, dass wir keine Ideen hätten, sondern es geht ja darum, dass wir die Dinge umsetzen und nachhaltig im Programm implementieren wollen. Darum gilt unser Motto mehr denn je, dass wir versuchen, nicht im Programm zu sparen, sondern für das Programm, auch wenn das mit jeder Woche und jedem Tag schwieriger und härter wird. Die Maßnahmen, die da dahinter stehen, werden nicht gerade leichter.

Der Generaldirektor hat es bereits erwähnt: Wir haben jetzt 15 Millionen € zusätzlich in das laufende Programm investieren können und damit hauptsächlich Unterhaltungsformate geschaffen. Das waren sehr viel fiktionale Programme von „Maria Theresia“, die schon Anfang Jänner ein großes Publikum begeistert hat, über „Alles finster“ bis hin auch zu unserem Herbst-Highlight „Tage, die es nicht gab“, das sonderfinanziert ist.

Ich muss aber dazusagen, dass viele, viele wichtige Programme, die den diversen Krisen der Welt geschuldet sind, vom Ukraine-Krieg bis hin zum Tod der Queen sonderfinanziert werden mussten, denn solche Ereignisse kann man natürlich im Vorfeld nicht planen.

Wir haben für uns diese Ergebnisse nicht ganz so formschön wie der Publikumsrat zusammengefasst. Unser Publikum will in den Programmen Comedy, also klassische

Unterhaltung, dieses rituelle Lachen miteinander. Es will Krimis. Das sehen wir speziell auch an den Zuseherzahlen, wie gut Krimis nach wie vor gehen. Sie gehören zur Basisausstattung jedes erfolgreichen, großen Senders. Wir sehen auch den Wunsch nach historischen Stoffen. Die Stärke ist der Österreichbezug.

Dazu vielleicht noch ein kurzer Verweis auf die Streamingdienste: Bei aller Zufriedenheit, einen Österreichbezug gibt es dort nirgends. Wenn dort österreichische Stoffe gebracht werden, dann weil sie zumeist der ORF produziert hat, vielleicht sogar manchmal in Zusammenarbeit mit den Streamern. Wir werden heuer noch ein großes fiktionales Event vor der Fußball-Weltmeisterschaft im Programm haben: „Die Totenfrau“. Das ist eine Koproduktion mit Netflix. Das machen wir sehr handverlesen. Wir überlegen uns also gut, mit wem und vor allem auf Grundlage welcher Rechtepakete wird da zusammenarbeiten.

Der Wunsch an den ORF lautet, dass wir mehr österreichische Filme und Serien anbieten und mehr von diesen unterhaltenden Programmen. Da wird jeder, der die Gelegenheit hatte, uns bei der Programmpräsentation Gesellschaft zu leisten, oder die Berichterstattung rundherum gelesen hat, gemerkt haben, dass wir eine wirklich spürbare Offensive in Richtung österreichische Filme und Serien und Unterhaltung starten. Damit sind wir dann wohl auf dem richtigen Weg.

Wir haben hier für Sie alle fiktionalen Produktionen zusammengefasst, die in den nächsten Monaten bis zum Jahresende 2023 auf uns, auf Sie und auf unser Publikum zukommen. Ich greife nur ein paar Highlights heraus: Wir werden versuchen – man muss ehrlich sagen, heuer im Weihnachtsprogramm ist es schon ein bisschen dicht, weil noch so viele Highlights auf unser Publikum warten –, wenn wir es in der Abstimmung zwischen den Channels und unseren Kopartnern hinbekommen, die wirklich schon mit Spannung und mit großer Lust erwartete Rückkehr von „Weber und Breitfuß“ ins Programm zu heben. Es ist ein Wiederaufleben der „MA 2412“-Partie. Vielleicht ist das genau diese Verbindung zwischen Köpfen, die man kennt, und trotzdem etwas Neuem. Ich glaube, da sind wir auf einer richtigen Spur. Man kennt sich aus, man weiß, wo man ist, aber man weiß noch nicht, was einen erwartet. Da freue ich mich schon sehr darauf.

Wir versuchen, dem Anspruch, Comedy anzubieten, mit unserer Stadtkomödien-Reihe nachzukommen. Da gibt es zusätzlich noch den Aspekt, dass wir den regionalen Bezug sehr stärken. Wir sind in den verschiedenen Landeshauptstädten unterwegs. Das kommt, wie wir sehen, beim Publikum sehr gut an. Das gilt auch für die Landkrimis oder auch für die „Toten von Salzburg“, „Die Toten vom Bodensee“ etc., also alle Reihen, die wir im Programm haben, bis hin zum „Tatort“. Das ist jedes Mal eine neue Welt, aber trotzdem ist der Rahmen abgesteckt. Es sind starke Reihenmarken, und unser Publikum kann sich da gut orientieren und findet sich gut zurecht.

Spannung, Krimis sind klarerweise ein großes Thema. Vielleicht dazu einen Aspekt der Frage, den ich spannend und wichtig finde und der uns in Zukunft sehr begleiten wird, welche fiktionalen Stoffe wir angehen werden. Ich glaube, dass Unterhaltung auch eine Relevanz braucht. Wenn Unterhaltung nicht relevant ist, dann ist es keine gute Unterhaltung. Das liegt ganz oft daran, dass das irrelevant ist, wenn man also sich selbst nicht beantworten kann, warum man sich das eigentlich anschaut, warum es diese Sendung oder diese Serie eigentlich gibt. Wir spüren, dass, wenn wir relevante Themen wie zum Beispiel das Thema eines drohenden Blackouts in fiktionalen Formaten verarbeiten, das besonders attraktiv für unser Publikum ist, weil man sich dann auf so vielen Ebenen auf diese Serien einlassen kann.

Wir haben das schon bei „Alles finster“ gesehen. Da haben wir im Frühjahr das Thema auf eine lustige Weise aufgearbeitet. Das hat hervorragend funktioniert. Jetzt aktuell haben wir gerade die Serie „Blackout“ im Programm, die das Thema sehr ernst nimmt. Das funktioniert ebenfalls hervorragend. Vielleicht noch ein kleiner Hinweis zum Thema linear und non-linear. Das ist vergangene Woche gestartet. Es ist mit 22 % Marktanteil in der ORF 1-Zielgruppe und ungefähr 470.000 Sehern hervorragend gestartet. Heute Früh sind die 7-Days-Catch-up-Zahlen gekommen. Damit sind wir jetzt bei 560.000 Zusehern und einem Marktanteil von 24 %. Sie sehen also, wie da in kurzer Zeit noch einmal 100.000 Seher dazukommen. Wenn ich Ihnen das jetzt nicht erzählen würde, würden Sie die vielleicht gar nicht so wahrnehmen, denn in der Zeitung haben Sie eben vielleicht nur die Overnight-Quoten gelesen. Da verändert sich auch viel im Reporting. Es ist einfach wichtig, die Zahlen des Catch-ups der TVthek-Nutzung dazuzuzählen. Das ist ja noch einmal eine eigene Währung, die wir aktuell noch nicht in einer Gesamtheit und vor allem nicht über einen längeren Zeitraum darstellen können. Auch da gilt, was der Generaldirektor bereits gesagt hat: Wenn es nicht 7 Tage, sondern 17 Tage oder 30 Tage bereitstehen würde, dann hätten wir da noch einmal andere Kontakte und damit natürlich auch noch einmal einen ganz anderen Mitteleinsatz, wenn sich dann unsere Gebührengelder quasi in noch mehr Augenpaaren widerspiegeln. Das muss unser Ziel sein.

In der Programmplanung tragen wir dieser neuen Rezeptionsgewohnheit schon Rechnung. Wir programmieren eventhafter, kompakter und öfter auch in Doppelfolgen. Wir haben gehört, dass es die Leute von den Streamingdiensten her schon gewohnt sind, nicht nur eine Folge von etwas zu sehen, gerade auch dann, wenn es Ihnen sehr gut gefällt. Das werden wir also weiterhin dort, wo das Sinn macht, tun.

Das macht nicht bei allen Serien Sinn. Wir werden zum Beispiel „Schnell ermittelt“ ab Anfang nächsten Jahres wieder im Programm haben. Das ist so ein Evergreen. Das soll Woche, für Woche, für Woche und möglichst lange unser Publikum erfreuen.

Über unsere Reihen und die Stärken der Reihen haben wir schon gesprochen. Vielleicht noch ein paar neue Dinge. Ich will da noch „Schrille Nacht“ herausgreifen. Fiktionale Serien sind ja nicht nur dann besonders erfolgreich, wenn wir viel Publikum und hohe Quoten haben, sondern auch wenn sie sich in einem Jahreskreis rituell einschleichen. Ein sehr gutes Beispiel für so etwas ist zum Beispiel „Single Bells“. Das haben Sie alle wahrscheinlich schon zehnmals gesehen, freuen sich aber auf die elfte Ausstrahlung. Zumindest geht das unserem Publikum so. Das ist einfach jedes Jahr wie „Muttertag“ einfach ein „Täglich grüßt das Murmeltier“. Wir versuchen jetzt also auch, speziell diese Tradition ein wenig fortzusetzen.

Wir haben jetzt einen neuen Weihnachtsfilm gedreht, der episodenhaft gemacht ist. Der ist auch deshalb spannend, weil er schon für eine Playerauspielung konfiguriert ist. Den kann man als großen 90-Minüter am Big Screen konsumieren. Der ist aber so gebaut, dass er auch in Einzelteilen, in Einzelgeschichten, die dann jeweils 10 Minuten lang sind, funktioniert. Es wäre natürlich wunderbar, so etwas gegebenenfalls auch auf Drittplattformen auszuspielen. Das schaut man sich dann auf dem Weg zur Arbeit in der U-Bahn am Handy an. Das funktioniert also auf mehreren Ebenen und Ausspielwegen. Das ist eine Strategie, die wir im Hinblick auf den Player verfolgen.

Dann brauchen wir natürlich große Produktionen. „Biester“ ist so etwas. Das ist die Nachfolgeserie der „Vorstadtweiber“. Als Nachfolgeserie bezeichne ich sie deshalb, weil sie von einem Team gemacht ist, das bei den „Vorstadtweibern“ bewiesen hat, auf welchem großartigem Niveau sie produzieren. Es ist eine spannende Geschichte, die vor allem auf den Wunsch des Publikums einget, das Familien dargestellt haben

will, Alltagssituationen und ein Stück weit wohl auch sich selbst. Das müssen nicht immer dramatische Geschichten sein.

Es sind aber auch dramatische Geschichten wichtig, also so etwas wie „Der Schwarm“. Das ist eine riesige internationale Koproduktion, an der wir beteiligt sind. Besonders stolz kann man sein, dass die Regie von einer Österreicherin gemacht wurde, von Barbara Eder. Da sieht man am anderen Ende der Bandbreite, wie wichtig es bei der fiktionalen Unterhaltung ist, manchmal auch über den Tellerrand hinauszuschauen, nicht immer nur alles im kleinen alltäglichen Bereich zu verorten, sondern wirklich rauszugehen und große internationale Produktionen zu machen.

„Vienna Blood“ ist ein sehr gutes Beispiel dafür. Die Größe und die Internationalität sind Assets, die aus meiner Sicht sehr auf das Image einzahlen. Es ist wichtig, dass wir unseren österreichischen Talenten vor und hinter der Kamera diese große Bühne geben. Wir sind als Kopartner sehr gefragt, mit dem neuen Fördersystem vielleicht sogar noch ein bisschen mehr gefragt als bisher. Das wird uns helfen, die Qualität der fiktionalen Programme zu erhöhen.

Das Historische haben wir auch. Wir spüren die Attraktivität dieser Stoffe. Das kann auf der einen Seite eine neue Aufarbeitung eines nicht zum ersten Mal erzählten Stoffs wie bei „Sisi 2“ sein. Das kann aber auch etwas wie „Das Wunder von Kapstadt“ sein, das wir noch heuer im Weihnachtsprogramm bringen werden. Da geht es darum, die Umstände der ersten Herztransplantation sehr emotional zu begleiten. Das sind wahre Geschichten, die für ein heutiges und auch für ein jüngeres Publikum attraktiv erzählt werden.

Das reicht bis hin zu „Die Schachnovelle“. Wenn Sie 90 Minuten Zeit haben, dann schauen Sie sich diesen Film an. Diese Stefan-Zweig-Verfilmung ist ein unfassbar großartiges Kinostück. Da beneide ich Sie fast, dass Sie das noch vor sich haben. – So viel jetzt einmal im groben Überblick zu unserer Strategie, zu unseren Programmen. (*Beifall.*)

HOFER wünscht einen schönen Vormittag und führt aus:

Sehr geehrte Damen und Herrn! Lieber Herr Vorsitzender! Ich darf gleich nahtlos anschließen mit dem non-fiktionalen Bereich, der ja auch Gegenstand der Befragung einer Publikumsratsstudie war. Kurz zusammengefasst die wichtigsten Erkenntnisse daraus: Die großen Beliebtheitswerte von Comedy, Satire, Kabarett und Quizshows. Ratesendungen werden gemäß dieser Publikumsratsstudie stärker nachgefragt. Grundsätzlich gibt es ein großes Interesse an den großen Unterhaltungsshows, mit denen es auch darum geht, die Familie an Hauptabenden über die Generationen hinweg zusammen zu bringen und vor dem Fernsehapparat zu versammeln.

Die Wünsche des Publikums sind ausführlich erhoben worden. Einer davon ist der nach dem Österreichbezug, nach dem Österreich im Hier und Jetzt. Sehr interessant ist auch die Erkenntnis, dass die non-fiktionale Unterhaltung deutlich mehrheitlich linear konsumiert wird. Deswegen gibt es auch immer wieder eine Offensive im linearen Fernsehen, was die Unterhaltung betrifft, mit den vielfältigen Formaten, die wir da anbieten können. Gerade in Zeiten wie diesen geht es um das gemeinsame Lachen, manchmal einfach auch um das Lachen um des Lachens willen und um sich einfach gut zu unterhalten und eskapistisch aus dem auszusteigen, was der häufig schwierige Alltag den Menschen beschert.

„Wir sind Kaiser“ werden wir zum Jahreswechsel und im nächsten Fasching wieder prominent und vor allem mit prominenten Gästen einsetzen. Den „Kabarettgipfel“ setzen wir fort. Am Freitag, den 28. Oktober, geht auf ORF 1 etwas ganz Neues auf

Sendung, der erste Teil einer vierteiligen „Comedy Challenge“. Das ist eine komplette Neuentwicklung, die den Wünschen des Publikums Rechnung trägt, Innovationen zu zeigen. Das ist eine. Es ist eine exklusiv österreichische Entwicklung auf Basis des Castinggedankens. Es geht um die Suche nach Kabarett Nachwuchstalente. Auf der einen Seite sollen das vier unterhaltsame Abende mit einem Sieger am Ende der vierten Ausgabe werden. Auf der anderen Seite haben wir gemeinsam den Anspruch erhoben, die junge Szene an Comedy- und Kabaretttalente im Land zu durchforsten, um zu sehen, wer einmal Nachfolger von Niavarani, Lukas Resetarits etc. sein kann.

Weiterentwicklungen gibt es auch in der Hauptabendausgabe von „Fakt oder Fake“. Das ist zuletzt erst im Zusammenhang mit dem Ländermatch Österreich gegen Deutschland ganz gut gegangen. Das war hochkarätig besetzt mit Oliver Pocher und Guido Cantz auf der einen Seite und auf unserer Seite mit Resetarits und Kulis. Das ist ein Format, das super ankommt. Zugleich ist es ein Format, das dem aktuellen Trend und dem Anspruch des ORF Rechnung trägt, Fakt und Fake deutlich auseinanderzuhalten, das aber nicht in Magazinform, sondern in unterhaltender Form. Das ist also Unterhaltung mit Haltung. Dem tragen wir mit solchen Formaten gerne Rechnung.

Satire und Comedy, die man von Kabarett unterscheiden muss, sind etwas, das dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk grundsätzlich gut ansteht. Das sind Formate, die den Anspruch stellen, manche Dinge unterhaltend zu kommentieren oder auch zu überspitzen. Da haben wir mit „Willkommen Österreich“ den Dauerbrenner, der beim Publikum höchst beliebt ist, weiterhin auf Sendung. „Gute Nacht Österreich“ ist nach den ersten Versuchen in den letzten Jahren jetzt seit Beginn des Jahres wirklich regelmäßig am Freitag. Peter Klien wird nach der Lockerung der Sicherheitsmaßnahmen in Hinkunft auch wieder in einer Publikumssituation agieren.

„Was gibt es Neues?“ ist ein wichtiger Bestandteil der Programmierung von ORF 1 am späteren Freitagabend. Die Sendung hat eine ganz, ganz treue Fangemeinde. Wir versuchen aber auch da immer wieder, mit neuen Gesichtern, mit neuen Teilnehmerinnen und Teilnehmern im Panel dafür zu sorgen, dem Publikum Abwechslung zu bieten.

Die „Science Busters“ sind deswegen die kleine eierlegende Wollmilchsau, weil sie zwei Dinge schaffen, nämlich auf der einen Seite dem Publikum vor Ort in Graz und dem Fernsehpublikum einen unterhaltsamen Abend zu bieten und auf der anderen Seite so unheimlich sympathisch und locker wissenschaftliche Erkenntnisse zu vermitteln. Da kommt also Unterhaltung und Wissenschaft auf höchst unterhaltsame, sympathische Weise zusammen und zahlt sozusagen auf zwei Bereiche ein, die dem ORF sehr wichtig sind.

Dem Wunsch nach Mitraten, Quizshows und Rateshows haben wir insofern Rechnung getragen, dass seit heuer im Vorabend zwei Ratesendungen zu sehen sind, neben dem bereits etablierten „Q1“ mit Oliver Polzer die unheimlich schnell in die neue Rolle hineingewachsene „Dancing Stars“-Siegerin Caroline Athanasiadis mit „Smart 10“. Das ist eine österreichische Entwicklung, eine österreichische Produktion und wird im Doppelpack im Vorabend von ORF 1 angeboten.

Angeboten wird daneben im Hauptabend der Dauerbrenner – 20 Jahre machen wir das mittlerweile mit ungebrochenem Erfolg – Armin Assinger mit seiner „Millionenshow“ in Koproduktion. Das ist etwas, das wir verstärken, und zwar nicht nur aus programmwirtschaftlichen, sondern auch aus rein programmlichen Überlegungen her-

aus. So produzieren wir mit deutschen öffentlich-rechtlichen dritten Programmen beispielsweise die Sendung „Wer weiß denn sowas?“.

Die großen Shows, das Lagerfeuer für die gesamte Familie bauen wir weiter aus. Sie erinnern sich sicherlich an die einmalige Ausgabe von „Wetten, dass ...?“ zum Geburtstag von Thomas Gottschalk. Das ist durch die Decke gegangen. Tagelang waren Programmierer, Medien, Journalisten und das Publikum in Diskussion, warum das so gut funktioniert hat. Das ZDF hat sich nach Gesprächen mit dem Protagonisten committet, auch in den nächsten Jahren diese schon auch nostalgische Sendung einmal ins Programm zurückzuholen. Wir erwarten noch heuer im November einen großen Erfolg um 20.15 Uhr.

„Verstehen Sie Spaß?“ mit dem Wechsel von Guido Cantz zu Barbara Schöneberger ist auch etwas, das den Nimbus der großen Show hat, „Klein gegen Groß“ ebenso und auch unsere mittlerweile so austrifizierte, damit gar nichts mehr an den ursprünglichen Lizenzgeber, die BBC erinnert, Eventshow „Dancing Stars“, die wir Anfang März 2023 unserem Publikum mit leichten Weiterentwicklungen präsentieren wollen.

Musiksendungen sind ebenfalls wichtige Bestandteile unseres Programms mit Weiterentwicklungen und Neuheiten. Hans Sigl, der neue Gastgeber der „Starnacht“ in mittlerweile drei Ausgaben hat nicht nur in den beiden ersten Ausgaben für deutlich höhere Quoten als bisher gesorgt, sondern bietet uns auch die Möglichkeit, als federführender Produzent – das ist für das Selbstbewusstsein und das Selbstverständnis dieses Hauses schon eine ganz, ganz wichtige Nachricht – einer solchen großen Show im nächsten Jahr nicht nur den einen oder anderen Partner aus den dritten Programmen der ARD zu bekommen, sondern eine Koproduktion mit der ARD insgesamt zu machen. Die Zeichen dafür stehen gut, dass wir im kommenden Juli vom Wörthersee erstmals eine ORF/ARD-Komplettausstrahlung haben werden. Das hatten wir zuletzt, wenn Sie sich erinnern, mit dem „Musikantenstadl“, den wir vor Jahren verloren haben. Das ist also eine deutliche Rückkehr des ORF in einem anderen Genre, in dem wir als federführender Produzent am deutschen Markt Flagge zeigen.

Alfons Haider wird sich mit einem Genre auseinandersetzen, das er auch für seine berufliche Weiterentwicklung gewählt hat, nämlich dem Musical. Das ist etwas, was wir in den letzten Jahren in der Form nicht angeboten haben. Jetzt haben wir die Idee, uns mit ihm in viermaliger Ausgabe dem sehr, sehr publikumswirksamen Musical anzunähern. Da wird es um Rückblicke gehen, da wird es aber auch um neue Produktionen gehen, die beim Publikum sehr beliebt sind.

„Wenn die Musi spielt“ und „Die Gartenparty der Stars“ sind ebenfalls musikdominierte Sendungen.

Es gibt auch etwas Neues. Es freut mich, dass wir mit dem Bayerischen Rundfunk eine Koproduktion machen konnten, die im Frühjahr des nächsten Jahres ausgestrahlt wird. Die Mutter aller Sendungen, die sich mit Dachbodenfunden, Kellerfunden etc. auseinandersetzen, hat der Bayerische Rundfunk. Die Sendung heißt „Kunst + Krepel“ und ist 30 Jahre alt. Sie findet erstmals auch in Österreich statt. Anfang Oktober werden im Chorherrnstift in Herzogenburg einige Folgen aufgezeichnet. An denen sind wir beteiligt und wollen sie unserem Publikum mit österreichischer Beteiligung, mit österreichischen Funden dann im Frühjahr präsentieren.

Als wir das erste Mal gesagt haben, dass wir das anbieten, hat das ein leichtes Rauschen im Blätterwald ausgelöst. Da ist das Interesse groß. Wie ich aus Erstbefragun-

gen des Publikums weiß, freuen sich viele Damen und Herrn auf dieses zusätzliche Angebot.

Mit Johann Philipp Spiegelfeld ist uns ein Glücksgriff gelungen. Er führt uns höchst quotenstark, sympathisch und mit dem ihm eigenen Augenzwinkern im Sommer, im zweiten Hauptabend durch Österreichs Schlösser und stellt uns die Familien vor, die gar nicht so sehr in Saus und Braus leben, sondern eher die Sorge haben, wie sie den Austausch der zahlreichen Dachziegel ihrer Liegenschaften finanzieren sollen.

Regional und unverwechselbar zu sein, ist so wichtig, weil wir damit im Zusammenspiel der Mitbewerber konkurrenzlos sind. Exklusiv Österreichisches gibt es nur im ORF, und deswegen sind diese Sendungen auch so erfolgreich. Nach dem Ausstieg und dann letztlich auch dem Ableben von Sepp Forcher ist es gelungen, diese so auf ihn zugeschnittene Sendung mit Hans Knauß vorsichtig, aber doch sehr erfolgreich weiterzuentwickeln, der sich in vier Ausgaben österreichischen Regionen widmet, dort die regionale Identität aufspürt, Kulinarik und Brauchtum vorstellt, auf die die Menschen in den Regionen, in denen sie leben, selbstverständlich sehr, sehr stolz sind. Dass das ein Publikums- und Quotenerfolg wurde, freut uns sehr. Solche legendäre, über Jahrzehnte gelernte und gewohnte und mit einer Person so unglaublich verbundene Sendungen mit einer neuen Idee und einem neuen Präsentator weiterzuentwickeln, muss nicht erfolgreich sein. Dass das jedoch gelungen ist, freut uns gemeinsam mit dem Landesstudio Steiermark ungemein.

„9 Plätze – 9 Schätze“ wird heuer neun und im nächsten Jahr zehn Jahre alt. Wir brauchen da, nicht darüber zu reden, dass diese Sendung komplett am Punkt ist und jedes Jahr am 26. Oktober über 1 Million Zuseher erfreut. „Ein Sommer in Österreich“ und auch „Das Paradies daheim“ sind Lockdownformate. Die haben wir also in einer Zeit entwickelt, als wir produktionstechnisch sehr eingeschränkt waren, dem Publikum aber trotzdem etwas Neues und Produzierbares anbieten wollten. Das gilt ebenso für „Das Paradies in der Ferne“ mit Karl Ploberger als Publikumsliebbling und Gärtner der Nation.

Worauf wir in den nächsten Jahren beginnend jetzt im Herbst besonders setzen, ist die noch stärkere Zusammenarbeit mit unseren neun Landesstudios. Erstens einmal haben wir Gott sei Dank diese unvergleichliche Infrastruktur. Dort sind wir ganz nah beim Publikum, dort sind die Werte des ORF, die Nähe, das Vertrauen, die Verlässlichkeit besonders hoch entwickelt. Wir haben in den letzten Jahren damit begonnen, sie mit einigen Formaten auch in den Bereich Unterhaltung zu führen und ein bisschen aus der „Bundesland heute“, Meldungsblock und Infoecke herauszuholen. Wir haben festgestellt, dass da unheimlich viel Potenzial vorhanden ist. In Koproduktionen zwischen der ORF-Zentrale und den Landesstudios ist es gelungen, viele erfolgreiche Sendungen in den Hauptabend zu heben. „Die große Alpen-Radtour“ haben wir jetzt gerade gehabt. Wir freuen uns auf die Show der Volkskultur aus der Steiermark „Aufsteirern“. Eine neue Idee rund um 50 Jahre Peichl-Torte, wie wir sagen: Vier Landesstudios feiern den 50. Jahrestag der Eröffnung ihrer Funkhäuser. Die Vorarlberger haben dazu eine Idee zu 50 Jahre Musikgeschichte umgesetzt, wodurch wir einen sehr, sehr schönen, lustigen, interessanten und informativen Bogen über 50 Jahre internationale und heimische Musikgeschichte ziehen haben können. Produziert wurde lokal, ausgestrahlt wurde national. Das gilt auch für den „Linzer Eiszauber“, der mittlerweile auf einem besseren Sendeplatz sein Publikum erreicht.

Wichtig ist mir, im Zusammenhang mit dem starken Österreichbezug immer wieder mitzuerwähnen, weil das in den Diskussionen häufig mitschwingt, ob das nicht den Keim des Provinziellen in sich trage, ob man da nicht aufpassen müsse, dass ich das

nicht glaube, denn Provinz ist meiner Meinung nach nicht die Beschreibung einer Örtlichkeit, sondern die Beschreibung einer Geisteshaltung. Provinzialismus findet man in der Wiener Innenstadt also genauso wie im ländlichen Bereich. Es kommt darauf an, was man aus dem Angebot macht, wie man es inszeniert, welche Schwerpunkte man setzt und welche Grundtonalität diese Sendungen haben. Ich denke, dass es uns bei den meisten Sendungen gelingt, diesen Anspruch zu erfüllen. Die Zusammenarbeit mit den Landestudios über die Info hinaus sollen diese Sendungen liefern. – Herzlichen Dank. Ich freue mich auf die Diskussion.

Der VORSITZENDE dankt für die drei Präsentationen und eröffnet damit die Diskussion.

MERYN bedankt sich sehr. Das sei in beiden Bereichen ein Feuerwerk gewesen, das durchaus darauf eingegangen sei, was die beiden Studien ergeben hätten. Bei der Interpretation der Ergebnisse der Studien sei er immer sehr vorsichtig. Weißmann habe das Beispiel gebracht, was Zufriedenheit mit einem Streamingdienst sei und die Frage aufgeworfen, ob das überhaupt vergleichbar sei.

Er wolle sich jedoch auf das Inhaltliche gar nicht einlassen. Vor allem lasse sich ja nicht prognostizieren, welche der Formate beim Publikum ankommen würden und welche nicht. Er würde gerne zwei andere Aspekte einbringen. Vielleicht könne man da noch ein bisschen tiefer gehen.

Die Programmdirektorin habe gesagt, man beginne in der Programmierung darauf Rücksicht zu nehmen, was man aus den Studien über die internationale Entwicklung lerne. Vielleicht könnte man noch ein bisschen mehr darüber erfahren, inwieweit man begonnen habe, die Programmierung aus diesen Erkenntnissen heraus zu ändern.

Das andere sei die Kommunikation nach innen und nach außen. Es gebe diesen Spruch, den man nicht immer zustimmen müsse: Tue Gutes und sprich darüber. Er habe sich vor Kurzem bei einem deutschen Privaten das Länderspiel zwischen England und Deutschland angeschaut. Dort werde ununterbrochen, in der Pause und bei allen sich bietenden Gelegenheiten darauf hingewiesen, was für tolle neue Serien und andere Dinge es auf diesem Sender gibt. Er kenne die Problematik der Cross-Promotion dieses Hauses, würde aber dennoch noch einmal gerne darauf hinweisen, dass man die Dinge dem Publikum noch näherbringen müsse. Das hier sei ein illustrierter Kreis. Der ORF stellt sich neu auf, geht auf die Wünsche des Publikums ein, hat begonnen folgende Dinge zu ändern. Die Information darüber müsste über das Schalten einer Anzeige in irgendeiner Tageszeitung hinausgehen. Da gehe es vielmehr um die Gesamtkommunikation innen und auch nach außen und darum, ob man nicht zwischen den Sendungen auch Sendungen bewerben könnte. – Das seien zwei Gedanken von ihm zum Themenbereich Unterhaltung.

ZIMMER hat sich beim Hinweis, dass gute Unterhaltung meistens auch in irgendeiner Weise Relevanz habe, gleich an ein großes Vorhaben erinnert, das jetzt unerwähnt geblieben sei, nämlich das nicht gerade kleine Vorhaben, die großen Gegenwartsthemen Klimakrise und Umweltschutz auf unterhaltende Weise einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Das habe sie jetzt vermisst. Vielleicht habe sie das auch falsch abgespeichert, aber ihr scheine es so zu sein, dass da im Herbst der Start hätte erfolgen sollen oder vielleicht auch erfolgen werde.

BAUMGARTNER dankt für die wunderbaren Präsentationen. Er wolle an die Ausführungen Meryns anschließen. Man habe auch im unternehmenspolitischen Ausschuss kurz darüber diskutiert. Der ORF habe so viele Stars, die möglicherweise nicht greifbar seien. Gerade in Zeiten, in denen es große Diskussionen um die GIS-Gebühren

gebe, wäre es sicherlich von Vorteil, diese Stars den Menschen nicht nur im Fernsehen ein bisschen näherzubringen. Das könne zum Beispiel auch bei einem Feuerwehrfest oder bei anderen Gelegenheiten sein. Er denke, dass man mit diesen Sympathieträgern sehr viel erreichen könnte und die Unternehmensführung gut beraten wäre, diese Zugpferde auch einzusetzen.

WIESINGER hat eine Frage an Groiss Horowitz bezüglich der Historienformate, die ja oft in Kooperation mit andern Anstalten hochqualitativ produziert würden, wenn er jetzt beispielsweise an „Maria Theresia“, „Maximilian“ und so weiterdenke. Das seien ja grundsätzlich Stoffe, die auch für östlich von Österreich liegende Länder interessant seien. Er wisse schon, dass das ein anderer Sprachraum sei, wolle jedoch grundsätzlich wissen, wie es da mit Kooperationen und der Kooperationsbereitschaft aussehe.

Auch TEPCZYK bedankt sich vielmals für die Präsentationen. Sie wolle sich den Ausführungen Zimmers anschließen. Gerade in der Jugend und in der Literatur würden sich Trends abzeichnen. Sogenannte Cli-Fi, also klimabezogene Science-Fiction und auch Stealth-Help, also leichte Selbsthilfekomödien würden immer beliebter werden. Da freue sie, dass beispielsweise „Blackout“ als Highlight genannt worden sei. Das sei eine Serie, die die Klimakrise indirekt thematisiere. Bei Stealth-Help denke sie beispielsweise an „Fleabag“, eine Superproduktion der BBC gemeinsam mit Amazon, die lustig sei, aber trotzdem mentale Gesundheit thematisiere. Sie wolle fragen, inwiefern diese Trends berücksichtigt werden würden. Man sehe ja, dass das teilweise bereits getan werde.

GROISS HOROWITZ nimmt zunächst darauf Bezug, dass sie eventhafter und kompakter programmieren würden. Man denke also als linearer Sender trotzdem die Gewohnheiten eines hybriden Publikums mit. Wenn ihnen das Publikum schon einen Abend schenke, dann versuche man diese Abende durchzukomponieren. In der fiktionalen Programmierung bedeute das, dass man bei Serien, gerade dann, wenn sie nur sechs oder acht Folgen hätten, versuche, das in Doppelfolgen zu programmieren. Dadurch entstehe eine Kompaktheit, die es ihnen erleichtere, sie zu promoten. Wenn man zwei, drei Serien gleichzeitig auf Sendung habe und das noch verbunden mit einer Service-Offensive und einem anderen Schwerpunkt, den man promoten müsse, bestehe die Gefahr, dass das dann alles verplätschere. Je kompakter man die Programmhilights einbauen könne und je mehr man sich auf die fokussieren und konzentrieren könne, umso besser funktioniere auch die Promotion.

Bei der Promotion gehe man insofern neue Wege, als man versuche, mehr out of home zu machen. Man erreiche ja mit der On-air-Promotion in der Regel Leute, die ORF schauen würden. Das seien Gott sei Dank sehr, sehr viele und immer noch mehr, als alle anderen erreichen würden. Speziell mit fiktionalen Programmen versuche man jedoch auch, das Streamingpublikum zu erwischen. Das heiße, man müsse außerhalb ihrer Welt dafür werben. Man habe das jetzt zum ersten Mal seit langer Zeit wieder für „Alles finster“ gemacht. Man werde es für „Tage, die es nicht gab“ auch wieder tun. Man spreche damit wirklich ganz speziell Zielgruppen an, die keine klassischen ORF-Seher seien, und man erwarte sich davon sehr viel.

Was die Cross-Promotion sowohl redaktionell als auch in der klassischen Form ORF 2 promotet ORF 1 und umgekehrt anlange, so mache man das schon immer wieder bei großen Dingen. Klarerweise geschehe das in einer vernünftigen Abstimmung mit der Planung, denn man dürfe da ja nicht ein Highlight mit dem anderen erschlagen. Es sei die hohe Kunst, das gut zu machen.

Man habe für „Blackout“ eine große Promotionoffensive in Sportsendungen gemacht. Man habe sogenannte Störer verplant. Das seien Programmhinweise, die in ein laufendes Programm hineinkommen würden. Die seien sehr schön gemacht und nicht störend. Sie erregten natürlich sehr viel Aufmerksamkeit. Gerade mit dem starken Thema Blackout – man erinnere sich an Fußballstadien, die stundenlang finster geblieben seien – habe das im Sport sehr, sehr gut funktioniert. Man habe vom Publikum auch insofern gute Rückmeldungen bekommen, als die nachgefragt hätten, was das sei, sich also dafür interessiert hätten. Man merke also, dass das funktioniere, und das werde man ausbauen.

Genauso werde man Imagetrailer ausbauen. Man diskutiere gerade sehr viel darüber, wie man das klug machen könne, klug ausbauen könne, dass diese Messages auch ankommen würden, dass ihr Publikum tatsächlich spüre, wo ihre Schwerpunkte liegen würden, was sie schwerpunktmäßig anbieten wollten. Im nächsten Jahr würden das Fiktion und Service sein, Orientierung in Zeiten wie diesen im ORF. Dazu gebe es viele Überlegungen.

WEISSMANN wirft ein, dass man neben aller Programmierung dann schon auch ein bisschen über die Finanzierung sprechen müsse. Der ORF sei der mit Abstand größte Investor in die heimische Filmwirtschaft. Man investiere jedes Jahr sehr viel Geld in österreichische Fiktion. Man sei der größte Finanzier mit über 100 Millionen €.

Umgekehrt heiße das, dass fiktionale Produktion natürlich sehr aufwendig und kostenintensiv sei. Darum müsse man sehr sorgsam mit der Abspiegelung umgehen, eben weil man keine Digitalnovelle habe. Wenn das nach der Abspiegelung länger als 7 Tage abrufbar wäre, würde man damit mehr Publikum erreichen. Darum müsse man einen guten Umgang damit in der Programmierung finden. Er rede jetzt nicht von der Programmierung, die bei „Blackout“ und auch bei den kommenden Serien sehr gut funktionieren werde, indem man zwei Sendungen an einem Abend abspiele. Das sei allerdings budgetär gesehen ein sehr großer Aufwand. Es sei immer abzuwägen, wie der Mitteleinsatz insgesamt sei und welchen Zeitraum man damit bestreiten könne. Daher werde man einen neuen Weg eingeschlagen, indem man manches wirklich im Doppelpack programmiere, dies auch um einem gewissen Publikumsinteresse zu entsprechen und eben in Richtung Binge-Watching zu gehen. Auf der anderen Seite werde man aber „Schnell ermittelt“, wie es die Programmdirektorin gesagt habe, wieder an zehn Hauptabenden spielen. Man gehe eben mit den Finanzmitteln sehr gewissenhaft um. Das müsse man neben allen Programmüberlegungen eben auch sehen. Die Geschäftsführung gehe mit dem Gebührengeld sehr, sehr gewissenhaft um und überlege sich genau, wie man die vorhandenen Mittel bestmöglich einsetzen könne. Das sei gerade bei der fiktionalen Produktion so wichtig, weil das die kostenintensivste sei.

GROISS HOROWITZ fügt hinzu, dass eine Einzelfolgenprogrammierung wie bei „Schnell ermittelt“, die über einen längeren Zeitraum laufe, natürlich auch wieder einen anderen positiven Effekt habe, weil sie ein Anschub für ein Folgeprogramm sein könne. Da werde man dann wiederum sehr genau überlegen, was man da huckepack draufhängen werde, um diese großen, starken, etablierten Marken zu nutzen, um damit neue und vielleicht auch ein bisschen speziellere Dinge damit anzuschließen.

Man sei auch außerhalb des deutschen Sprachraums immer wieder auf der Suche nach neuen Kopartnern. Man stoße damit auch in den nordischen Ländern auf großes Interesse. Man habe aktuell Produktionen, wenn man nur an die große Hunyadi-

Produktion Robert Dornhelms denke, bei der man mit Ungarn in einer sehr fruchtbringenden Kooperation sei.

Das Thema der Nachhaltigkeitsshow sei insofern speziell, als man sich im Herbst vergangenen Jahres und im Frühjahr ganz intensiv mit der Entwicklung dieses Formats auseinandergesetzt habe. Das habe man am Vortag im Programmausschuss ausführlich besprochen. Das sei fix und fertig. Dann sei dieser Krieg gekommen, und es habe sich alles verändert. Der Fokus habe sich verändert, und es habe sich auch verändert, in welcher Tonalität man auf diese Themen schauen wolle. Nach intensiven Diskussionen sei es ihnen nicht mehr richtig vorgekommen, das in einer Unterhaltungsshow zu tun. Die Themen rund um Energie seien so präsent und so wichtig für die Leute und so ernst zu nehmen, dass es eben ein herrliches Format zur falschen Zeit gewesen wäre. Um nicht in diese Falle zu tappen, habe man sich dazu entschlossen, diese Themen in ihrem Factualmittwoch in ORF 1 zu platzieren. Man habe im „Dok 1“-Format 20 Ausgaben gehabt, die sich mit Nachhaltigkeitsthemen auseinandergesetzt hätten. Man habe Mitte September ein neues Reportageformat etabliert, das den Titel „Brennpunkt Österreich“ trage. Das habe sich in den ersten beiden Ausgaben, die es da bislang gegeben habe, auch mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandergesetzt, einmal mit der extremen Dürre, die man in diesem Sommer gehabt habe, und deren Auswirkungen auf das Ökosystem. In der zweiten Ausgabe habe man sich mit den Bildern und den Orten auseinandergesetzt, an denen man besonders deutlich sehe, dass diese Krise da sei, nämlich an den schmelzenden Gletschern dort. Das werde man sehr behutsam, aber intensiv weitertreiben, und das immer mit dem Ziel, die richtige Tonalität zur richtigen Zeit zu treffen.

Was die Aufarbeitung in fiktionaler Form betreffe, sehe sie das auch so. „Der Schwarm“ sei jetzt schon eine ganz konkrete Serie, die sich damit auseinandersetzt. Da gehe es darum, dass die Weltmeere zurückschlagen. Das sei eine sehr spannende und wissenschaftsorientierte Gesichte. Es werde sehr viel geforscht und es werde sich sehr viel gefürchtet, weil man nicht so richtig einschätzen könne, was da passieren werde. Das sei genauso eine relevante Aufarbeitung eines wichtigen Themas.

Man überlege auch, ob dieser Schritt ein paar Jahre in die Zukunft etwas sein könne, womit man analog zur Serie „Alles finster“ auch die Klimakrise darstellen könnte. Man stelle sich ein kleines Dorf in Österreich vor, wenn diese 2°C, 3 C Realität geworden sind. Man dekliniere dann in einer Unterhaltungssendung einfach durch, was das für das reale Leben der Menschen bedeuten würde, die sich dann daran erinnern würden, wie schön früher die Urlaube in Jesolo gewesen seien, wo man leider nicht mehr hinkönne, weil es dort 55°C habe und nur mehr Sand gebe. Man denke also intensiv über solche Stoffe nach, denn man sehe da großes Potenzial, da Relevanz und Unterhaltung gut zu verbinden und mit diesen Themen neue Zielgruppen zu erreichen.

WEISSMANN ergänzt, dass „Der Schwarm“ großes Hollywoodkino sei. Da sei unter anderem einer der Produzenten von „Game of Thrones“ mit dabei. Auf das freue er persönlich sich schon sehr, denn damit begeben man sich auf ein höheres Level. „Game of Thrones“ sei eine der teuersten Serien aller Zeiten. Vom Production Value her sei das der Standard, auf den man damit dann jetzt auch aufsteigen könne. (GROSS HOROWITZ: 40 Millionen €!)

Einen Satz noch zur Anregung Baumgartners, nämlich dem Einsatz der Stars im Dienste des ORF, wenn er ihn richtig verstanden habe. Das tue man regelmäßig in „Meet and Greet“-Formen. Das sei mit Sicherheit ausbaufähig. Das sei eine gute

Idee. Wenn man ins nächste Jahr schaue und in einer Zeit, in der man über den ORF, seine Aufgabe und seine Unersetzbarkeit rede, seien das Träger der Botschaften, die man stärker einsetzen müsse. Man habe immer wieder Moderatoren-Monitorings, das heiße, man wisse da schon genau, bei wem die Beliebtheitswerte besonders hoch seien, und bilde das dann letztlich ja auch in den Sendungen ab. Das sei eine Anregung, über die man über die programminhaltliche Zusammenarbeit mit den Damen und Herrn hinaus sicherlich intensiv nachdenken werde.

MARSCHITZ teilt mit, dass er die Unterhaltung für einen der schwierigsten Bereiche überhaupt halte. Das gelte nicht nur für das Fernsehen, sondern sicherlich insgesamt. Auf dem Weg, der da vor einigen Jahren eingeschlagen worden sei, wieder verstärkte Anstrengungen zu setzen, Neues auszuprobieren, zahle man natürlich Lehrgeld. Gleichzeitig sei Bewährtes ausgebaut und weiterentwickelt worden. Das habe sich in den Präsentationen recht schön gezeigt.

In der Unterhaltung gebe es ja auch so Megatrends. Eine Zeit lang seien diese „Big Brother“-Shows überall gewesen, dann seien überall die „Dancing Shows“ gewesen und Late Night-Shows. Sicherlich werde die Fernsehunterhaltungslandschaft auf der ganzen Welt beobachtet. Da würde ihn interessieren, was man am Horizont sehe, welche Trends da aufkommen würden.

Viele Unterhaltungsformate würden ja an andere Bereiche anknüpfen. Von „Smart 10“ sei zwar gesagt worden, es sei eine Eigenentwicklung des ORF, er habe dieses Spiel allerdings schon einige Jahre zu Hause. (GROISS HOROWITZ: Nein, nein! Eine österreichische Spielentwicklung!) Auch andere Formate würden an irgendwelche Spiele anknüpfen. Es gebe einige Genres, die er so beim ORF nicht sehe. Da wolle er fragen, wieso das eigentlich nicht der Fall sei. Es sei zum Beispiel die Frage, ob Zirkus etwas sei, was im Fernsehen eine Rolle spielen könnte. Er denke zum Beispiel auch an so Wettbewerbe wie die Wok-WM und Ähnliches. Da habe es einmal dieses Ländermatch mit Krankl und Prohaska gegeben, aber das habe er vom ORF her nicht so in Erinnerung. Auch bei Geocaching oder dem, was Fechter mache, also „Masters of Dirt“ interessiere ihn, ob sich aus solchen Dingen nicht Fernsehformate entwickeln lassen würden.

Wenn er sich die Programme vor Augen halte, die in den Präsentationen angesprochen worden seien, fühle er sich davon sehr angesprochen. Das könnte aber damit zusammenhängen, dass er sich leider auch schon über der magischen Altersgrenze befinde. Für ganz Junge habe er jetzt auf den ersten Blick weniger gesehen. Er wisse natürlich, dass „Dancing Stars“ und Castingshows auch bei den Jungen funktionieren würden und Sport ebenso. Er wolle also fragen, ob es spezifische Dinge für diese Zielgruppe oder auch entsprechende Suchfelder gebe.

KRATSCHMAR merkt an, dass er noch nie so viele positive Rückmeldungen auf eine ORF-Unterhaltungsproduktion wie auf „Herrschaftszeiten!“ in den letzten Monaten aus ganz unterschiedlichen Bereichen erhalten habe. Das sei also offenbar wirklich ein Volltreffer gewesen. So ein Format markiere eine Flughöhe, auf der man weiter nachdenken könne, was man da alles tue.

Die Involvierung der Landesstudios in die Unterhaltung halte er für einen ganz entscheidenden strategischen Ansatz, und zwar auch was die Akzeptanz des ORF betreffe. Das halte er strategisch daher für richtig.

Letzte oder vorletzte Woche sei der neue Global Entertainment- und Media-Outlook von PwC veröffentlicht worden. Da zeige sich auch für die heimische Unterhaltungs- und Medienbranche ein klares Wachstum, und die Prognose zeige eigentlich bis

2026 große Wachstumschancen. In dieser PwC-Studie heiße es, dass zum Beispiel so Themen wie Streaming und Gaming relevant für junge Zielgruppen seien. Das zahle schon ein bisschen auf die entsprechende Frage des Vorsitzenden ein. Da wolle er wissen, welche Strategien es da vonseiten des ORF gebe, von dieser Dynamik im Unterhaltungsbereich zu profitieren, die es erfreulicherweise gibt.

Seine nächste Frage beziehe sich dann eigentlich schon auf die Filmwirtschaft, die in der nächsten Plenarsitzung des Publikumsrats Thema sein werde. Erwin Steinhauer, ein langjähriges ORF-Gesicht, habe kürzlich ein Interview gegeben, in dem er gesagt habe, dass das große Problem der Filmwirtschaft das Redakteursfernsehen sei, weil die Redakteure einfach alles – Drehbuch, Regie, Kamera und Besetzung – bestimmen würden. Er habe gemeint, in Dänemark sei das anders, dort gebe es Autorenfernsehen. (WEISSMANN: Zum Glück bestimmt der Redakteur, denn der ist verantwortlich dafür! Unabhängig und weisungsfrei, aber das muss einfach der Redakteur bestimmen. Punkt.)

Er nehme an, das sei eine Einzelposition des Herrn Steinhauer. Er wüsste nicht, dass noch jemand anderer das sage. Vielleicht hätte der frühere Publikumsrat Gollı Marboe eine ähnliche Position vertreten. Ihn interessiere da lediglich die Einschätzung dazu.

Abschließend wolle er noch betonen, dass die Umfragen, die man heute präsentiert habe, in Abstimmung mit der Unterhaltungsabteilung umgesetzt worden seien. Es seien von der Unterhaltungsabteilung Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nominiert worden, die da Inputs eingebracht hätten. Das erleichtere dann ein wenig die Umsetzung. Er halte eine solche Vorgangsweise mit Blick auf weitere Umfragen wirklich für beispielgebend, weil davon wirklich alle Beteiligten etwas hätten und vor allem auch das Publikum.

HORNER meint, dass sie als Vertreterin der Wirtschaftskammer natürlich wisse, dass Wirtschaft nicht per se das erste Thema sei, bei dem man an Unterhaltung denke. Es fehle ihr trotzdem ein wenig. Sie beschäftigten sich sehr damit, wie sie junge Zielgruppen erreichen könnten. TikTok sei bei ihnen ein Riesenthema; das werde wohl auch für den ORF ein Thema sein. Das verstehe bis jetzt niemand wirklich; da müsse man einfach ganz, ganz viel ausprobieren. Was sie dort jedoch wirklich als Thema identifiziert hätten, sei das Thema Gründen. Es gebe da eine riesige Community gerade auch in der jungen Zielgruppe. Es gebe anscheinend immer noch diesen Traum, sich selbständig zu machen und reich zu werden. Da würde sie interessieren, ob es Überlegungen gebe, in diese Richtung oder auch in Richtung anderer wirtschaftlicher Bereiche irgendetwas zu machen, was man mit Unterhaltung verknüpfen könnte.

WALCHHOFER sagt, dass seine Frage mit dem Thema Unterhaltung zu tun habe, und zwar mit Kinderunterhaltung. Seine Kinder seien jetzt schon älter. Er hätte es sich aber, als seine Kinder vor 10, 15 Jahren die Kinderfilme und -serien angeschaut hätten, die er Blödsinn genannt habe, sehr gewünscht, dass sie sich das zumindest in Englisch anschauen hätten können. Eltern würden es nicht gerne sehen, wenn die Kinder vor dem Fernseher säßen und diese amerikanischen Serien schauen würden. Wenn das wenigstens auf Englisch gewesen wäre, hätte er es jedoch gerne gesehen, dass sie vor dem Fernseher sitzen.

Nicht nur für die Kinder, sondern auch er selbst würde gerne den einen oder anderen Film, der dann ab 20.15 Uhr gebracht werde, ab und zu einmal in Originalsprache verfolgen. Technisch werde es die Möglichkeit dazu wohl geben.

DANMAYR nimmt ebenfalls Bezug auf das Kinderprogramm. Da würde sie interessieren, was da die Ideen und Strategien seien. Bei der ersten und zweiten Doppelausstrahlung von „Blackout“ habe es danach huckepack einmal „Blackout – die Do-ku“ und das zweite Mal „Dok 1 – Nichts geht mehr“ mit Hanno Settele gegeben. Sie sei da diesen Montag hängengeblieben. Sie würde interessieren, was da die Rückmeldungen und die Quoten gewesen seien. Sie wolle fragen, ob da von der Strategie her die Idee sei, bei solchen Themen hinten etwas dazu zu packen. Das gehe wohl bei langen Serien eher nicht, aber bei solchen Miniserien schon. Wenn das drei Abende seien, dann sei das wohl vom Finanziellen, vom Redaktionellen und vom Produktionstechnischen her machbar, wenn man es lange genug davor plane. Da würde sie die Strategie dazu interessieren.

HOFER teilt mit, dass man in jeder Abteilung Menschen habe, die sich um die Beobachtung von Trends aus dem Blickwinkel der verschiedenen Ressorts kümmern würden. Im Büro der Programmdirektorin gebe es die Programmentwicklung, die europaweit und international ihr Hauptaugenmerk auf diese Beobachtungen lege. Derzeit könne man sagen, dass sich die großen Trends, die großen Angebote, große Showideen schlicht und ergreifend nicht anbieten würden. Das müsse man ganz offen sagen. Wenn man sich den deutschen Markt, die öffentlich-rechtlichen und auch privaten Mitbewerber ansehe, sehe man dort seit Jahren ähnliche Produktionen. Man setze auf all die Produktionen, die vom Publikum auch nachgefragt werden würden. Vielleicht sei der Experimentiergeist ein wenig verloren gegangen. Das könne wohl so sein. Das habe jedoch tatsächlich einen starken programmwirtschaftlichen Aspekt. Das heiße klarerweise nicht, dass es gar keine Innovationen gebe, wie sie wohl unter Beweis stellen hätten können. Für das Experimentieren im Hauptabend mit großen Ideen müsse man sehr viel Geld haben und sich trauen, einen Weg einzuschlagen, dessen Erfolg noch recht ungewiss ist. Im Endeffekt sei es nämlich immer so, dass man am Erfolg gemessen wird. Da sei dann das Argument, dass man nur etwas ausprobiert hat, nicht ganz tauglich und komme im Protokoll nicht so gut.

Interessant sei also, dass es keinen solchen großen internationalen Trend gebe, wie es den bei den Castingshows, bei „Big Brother“ etc. gegeben habe. So etwas biete sich gegenwärtig nicht an. Das sei der Grund, warum alle namhaften großen öffentlich-rechtlichen und privaten Unterhaltungsanbieter auf jene Produktionen setzen würden, die sie hätten. Die würden vorsichtig weiterentwickelt; das tue man auch. Dazwischen biete man natürlich schon auch wieder etwas ganz Neues an. Mit „9 Plätze – 9 Schätze“ sei, auch ohne dabei einem großen internationalen Trend gefolgt zu sein, eine höchst erfolgreiche ORF-Eigenentwicklung gelungen. Das gebe es natürlich auch.

Zirkus habe man einmal gehabt. Das würde er jetzt nicht gleich breitflächig anbieten wollen. Die Deutschen würden seines Wissens immer noch Zirkus anbieten. Das habe bei ihnen, als sie noch Koproduzent gewesen seien, nicht mehr so gut funktioniert. Dafür setze man immer wieder auf Zaubershows; der Generaldirektor sei persönlich ein großer Freund der Magie. (*Allgemeine Heiterkeit.*) Er hoffe, er habe da jetzt damit nicht zu viel verraten, aber er sei eben der Wahrheit verpflichtet. Man biete immer wieder Produktionen aus diesem nischigen Genre an, das aber durchaus, wenn es gut programmiert sei, beispielsweise im Weihnachtsprogramm sein Publikum finde.

Wenn man meine, dass man nur ein Angebot für die klassischen Seher habe, die linear konsumierten, so sei das auf den ersten Blick vielleicht richtig. Wenn man dann jedoch genauer hinschaue und die Österreichformate ins Auge fasse, werde man dann jedoch relativ schnell feststellen, dass gerade in der Zielgruppe der 12-49-

Jährigen da die Marktanteile besonders hoch seien. Da habe man schon das Gefühl, dass das junge Publikum, das nicht mehr in der Fülle, wie man das noch vor Jahren oder Jahrzehnten gewohnt gewesen sei, linear fernsehe, genau bei diesen Produktionen mit einer großen Marktanteilszahl dabei sei, weil sie woanders nicht zu bekommen seien und nur bei ihnen angeboten würden.

GROISS HOROWITZ meint, dass aus ihrer Sicht alles richtig gewesen sei, was Hofer zu den internationalen Trends gesagt habe. Wenn man etwas spüre, dann sei das ein ganz starkes Setzen auf Hosts. Wenn man sich im deutschsprachigen Raum umsehe, so würden Programminnovationen ganz oft um große Stars herum gebaut werden. Da gehe es dann in erster Linie gar nicht mehr um das Format. Die hätten dann so klingende Titel wie „Denn sie wissen nicht, was passiert!“ Das stimme auch, denn es sei eigentlich wurscht, was passiere, Hauptsache Jauch, Gottschalk und Schöneberger stünden da.

Das sei beim ORF organisch gewachsen. Es gebe die großen Namen, die dann immer wieder in den Sendungen als Moderatoren in Erscheinung treten würden. Da werde in den nächsten Jahren die Aufgabe sein, die nächste Generation heranzuziehen. Das werde man in der „Nacht“, der Innovationsleiste versuchen, die man wieder ein bisschen stärker beleben wolle, als das in den vergangenen Jahren der Fall gewesen sei, um da eben jüngere Talente zu entdecken und üben zu lassen.

Das Zweite, das man auch durch die Wirtschaftlichkeit getrieben international beobachten könne, seien sogenannte Hubs. Da würden sich Länder ähnlich wie bei Koproduktionen zusammenschließen, wenn es darum gehe, dass ein Dekobau aufwendig sei, weil beispielsweise für „Ninja Warrior“ in Riesenhallen enorme Konstrukte aufgebaut werden müssten. Das wäre natürlich für jeden Einzelnen im Markt nur schwer leistbar. Da sehe man einen großen Trend, dass sich da Firmen mit sogenannten Hubs anbieten würden. Die würden das in irgendeine Halle stellen und dann unterschiedliche Sender dazu einladen, das zu nützen. Das beobachte man sehr intensiv. Es sei da allerdings noch kein Format dabei, das man spannend finden würde.

Vielleicht noch ganz kurz zu den Kinderserien und zum Kinderprogramm. Das Kinderprogramm des ORF sei ein bisschen anachronistisch, weil alle wüssten, dass sich Kinder mit ihren Bedürfnissen nur sehr ungern an fixe Sendezeiten halten würden. Sie würden sich lieber vor ein Bewegtbildangebot setzen, wenn sie es gerade brauchen würden. Da wäre klarerweise ein Kids Screen im Playerangebot des ORF die Antwort darauf. Da würde das Kinderprogramm hingehören.

Innerhalb des linearen Programms biete man jedoch nach wie vor verlässlich Kinderprogramm an, auch mit neuen Programmen. Da entwickle sich die „Okidoki“-Welt organisch weiter. Das komme sehr gut an. Dafür, wie unüblich es mittlerweile sei, Kinderprogramm linear zu konsumieren, sei es von den Quoten her immer noch sehr, sehr erfreulich.

Zur Anregung, Kinderprogramme auch in englischer Sprache anzubieten: Dafür habe man ja den Hebel des Zweikanaltons, den man immer wieder bei größeren internationalen Produktionen nutze. Beim Kinderprogramm habe man sich das ehrlich gesagt noch nicht wirklich überlegt. Da habe sie allerdings den Eindruck, dass das ein sehr spezielles Bedürfnis sei. Der Großteil wolle das Kinderprogramm wohl in Deutsch anschauen, speziell das österreichische Kinderprogramm. Das zu synchronisieren, soweit sei man aktuell nicht, diesen Schritt zu gehen. Was man schon einmal überlegen und prüfen könnte, sei, ob das bei Kinderkaufserien, die man ja auch anbiete und die ja in der Regel Englisch als originäre Sprache hätten, genutzt werden könn-

te. Auch das wäre natürlich auf einem non-linearen Ausspielweg leichter. Das wäre dann so, wie man es vom Streaming gewohnt sei, bei dem man die Sprache mit einem Klick wählen könne.

Das mit den Dokus nach den Serienfolgen sei Strategie, das sei so richtig erkannt worden. Es habe sehr gut funktioniert, Leute dabei zu halten und noch vertiefende Angebote zu machen. Das gehe sicherlich nicht flächendeckend, denn man müsse auch etwas zu erzählen haben. Man habe es jetzt bei „Blackout“ zweimal gemacht. Man werde es sicherlich auch bei „Der Schwarm“ tun. Da werde es Dokus geben, die sich von der wissenschaftlichen Seite den Phänomenen annähern würden.

Das passiere immer wieder. Man habe teilweise auch Unterhaltungsformate, und dann komme danach das Porträt eines Protagonisten aus diesem Unterhaltungsformat. Oder man habe einen „Kabarettgipfel“ mit einem Publikumsliebling und bringe danach ein Einzelkabarett mit ihm. Man versuche also wirklich, da gute Pakete zu schnüren.

Damit bleibe noch die Wirtschaft und das Gründen als Thema. Ein Unterhaltungsformat mit Wirtschaftsbezug, das international gut performt habe, sei „Shark Tank“, also ursprünglich „Dragons´ Den“. Es wäre sicherlich elegant gewesen, das im ORF zu haben. Sie habe jedoch den Eindruck, dass der Trend jetzt vorbei sei. Sie glaube, dass dieses Format ein bisschen auserzählt sei. Das habe auf der einen Seite den Grund, dass die Innovationskraft zwar sehr groß sei, aber so groß auch wieder nicht, dass man im deutschen Sprachraum damit zwei, drei Sendungen mit neu entwickelten Geschäftsideen füllen könne. Das gehe sich einfach nicht mehr aus. Dieser Gründergedanke habe auch in dieser Krisenzeit ein bisschen – das werde Horn sicherlich viel besser wissen, als sie – einen Dämpfer bekommen. Da gehe es dann sehr viel um Sicherheit und darum, das zu bewahren, was man habe und gut sei. Sich wirtschaftlich auf Experimente und Abenteuer einzulassen, sei schwierig. Sie könne sich jedoch gut vorstellen, dass das wieder kommen wird. Um so etwas als Fernsehformat anzudenken, werde es dann vielleicht noch ein, zwei Jahre dauern. Da müssten sich die globalen wirtschaftlichen Bedingungen ein wenig stabilisiert haben. Man habe das aber selbstverständlich am Schirm, weil es natürlich ein unbeackertes Feld sei.

WEISSMANN ergänzt zu TikTok, dass man damit natürlich wieder bei einer Digitalnovelle sei. Alle Medien in Österreich könnten an dem nicht mehr vorbeigehen. Social Media seien natürlich ein absoluter Trend, vor allem bei den jungen Menschen. Daher gebe es ja die Forderung des ORF, sich dort vor allem mit öffentlich-rechtlichem Content bewegen zu können. Das betreffe ja nicht nur den ORF, sondern alle Qualitätsmedien in Österreich, für die wichtig sei, gerade in Zeiten von Fake News und Hasspostings dort vertreten zu sein. Für den Öffentlich-Rechtlichen sei es ein besonderer Auftrag, dort Orientierung zu geben, korrekte Nachrichten zu machen, ausgewogen zu sein, genau gegen die Phänomene der Unausgewogenheit und der Fake News in den sozialen Medien. Da sehe er schon einen wichtigen künftigen Auftrag für den ORF, natürlich vor allem in der Information. Für die Öffentlich-Rechtlichen sei natürlich neben der Information auch Unterhaltung ein Thema. Daher funktionierten ja die bisherigen Auftritte des ORF in den sozialen Medien so gut, „ZIB“-Instagram und „ZIB“-TikTok. Man erreiche dort junge Menschen mit unabhängigem Qualitätsjournalismus. Er erachte es für demokratiepolitisch ganz, ganz wichtig, natürlich für den ORF, aber selbstverständlich auch für alle Qualitätsmedien in Österreich, dort die Jungen mit Qualität und mit gutem Journalismus gegen Hatepostings und Fake News zu erreichen. Daher sein Appell, dem ORF da einen Spielraum zu gewähren, um die Menschen dort mit qualitätvollem öffentlich-rechtlichem Journa-

lismus zu erreichen, wo sie seien, und das seien sie vermehrt in den sozialen Medien.

SIFFERT spricht das Thema Ernährung und Unterhaltung an. Essen und trinken würden alle. Die berühmten Kochshows seien schon erfunden, die brauche man nicht noch einmal zu erfinden. Er habe jedoch Sendungen im Hinterkopf, wie sie beispielsweise Arte über ganz Europa hinweg mit der „Küche der Regionen“ anbiete. Er habe da auch noch die älteren Sendungen von Sarah Wiener im Hinterkopf, die Produzenten, aber auch Köche besucht habe. Es gehe um die Herkunft der Lebensmittel. Es gehe darum, wie sie hergestellt würden. Es gehe dabei auch um die Weiterverarbeitung. Es gehe also nicht nur um eine rein landwirtschaftliche Berichterstattung, sondern auch darum, wie beispielsweise aus einer Kuh letztendlich das Steak beim Fleischhauer werde. Diese Themen würden alle interessieren. Die seien ihm jedoch in den Präsentationen abgegangen. Es könne natürlich sein, dass die woanders ressortieren würden, aber da seien sie ihm jedenfalls abgegangen.

Aus dem Bereich Agrar- und Ernährungswirtschaft kenne er eine Fülle von Start-ups, die unglaublich spannend seien. Er könnte sich durchaus vorstellen, dass das auch die Fernsehzuseher und -zuseherinnen interessieren könnte. Vielleicht denke man also noch einmal darüber nach, im Bereich Start-ups etwas zu machen, denn die könnten so wie junge Kabarettisten einen Anschlag gut gebrauchen.

HOFER sagt, dass Unterhaltung und Ernährung Bereiche seien, die schnell zueinander finden würden. Der Grund, warum das in den Präsentationen keine Rolle gespielt habe, sei, dass man eher über die großen Hauptabendshowproduktionen gesprochen habe. Das man daneben in atemberaubender Regelmäßigkeit diese Themen aufgreife, lasse sich anhand des Programmschemas immer wieder leicht nachweisen. Die Sendung „Aufgetischt“ habe einen kulinarischen und vor allem auch regional-herkunftsbezogenen Schwerpunkt. In ORF 2 gebe es da also die seriöse österreichische Annäherung an die Bereiche Unterhaltung und Landwirtschaft, Ernährung, Regionalität. Man habe am Vortag in einem Ausschuss ein wenig über Silvia Schneider gesprochen, die in jeder Ausgabe der Sendung besonderen Wert darauf legt, dass bei jedem Rezept, das angeboten wird, die regionale Herkunft hervorgehoben wird. Da würden in jeder einzelnen Sendung die regionalen Produzenten besucht werden. In jeder Sendung gebe es zwei Rezepte, und alle Bestandteile, die da zusammenkommen würden, seien aus der Gegend und würden in ihrer Entwicklung und Verarbeitung vorgestellt werden.

Die Schwerpunktsetzung bei genau den Themen, die Siffert angesprochen habe, versuche man jedoch nicht hauptabendtauglich in eine Showform zu gießen, sondern bringe sie im Zuge der Nachmittagssendungen unter der Woche und sehr, sehr intensiv auch am Vorabend am Wochenende, und das letztlich auch in intensiver Zusammenarbeit mit den Landesstudios in „Erlebnis Österreich“, „Österreich-Bild“ etc., die das Thema immer wieder behandeln.

In ORF 1 seien es die satirisch-witzig zugespitzten Formate wie „Milch und Honig“ oder „Ochs im Glas“, in denen genau diesen Themen nachgespürt wird und mit dem notwendigen, für die Zielgruppe auch so hergestellten Augenzwinkern das Thema aufbereitet wird.

Er habe vor zwei, womöglich mittlerweile schon drei Jahren versucht, die Kulinarik in einem Spin-off des „9 Plätze – 9 Schätze“-Gedankens in den Hauptabend zu holen. Das habe „So gut schmeckt Österreich“ oder „So gut isst Österreich“ geheißen. Man habe das nur einmal gemacht, deswegen falle ihm jetzt der konkrete Titel der Ausgabe nicht mehr sofort ein. Man habe da neun Köche mit einem großen regionalen

Schwerpunkt präsentiert. Das habe gut funktioniert. Man werde das vielleicht auf eine andere Art und Weise noch einmal machen. Derzeit sei das allerdings nicht geplant. Anregungen, auf Ernährung mit der notwendigen Runduminformation gerade in einem Land wie Österreich in manchen Zonen noch prominenter zu setzen, nehme er jedoch gerne auf. Man habe es also schon im Programm, es jedoch aufgrund der Ausrichtung der Präsentationen auf den Hauptabend nicht speziell angeführt.

Der VORSITZENDE meint, dass ja auch einige andere Dinge wie etwa „Liebesg'schichten und Heiratssachen“ nicht dabei gewesen seien. Er danke recht herzlich für die Präsentationen und die Diskussion. Es sei schön gewesen, zu sehen, wie die Umfragen des Publikumsrats im Zusammenspiel mit den Verantwortlichen im Haus produktiv genützt werden würden. Ansonsten sei ja bei Umfragen oft das Problem, dass die dann in irgendwelchen Schubladen verschwinden würden. Das sei in diesem Fall nicht so gewesen. Dafür bedanke man sich als Publikumsrat sehr herzlich. Es gebe einen regen Meinungs austausch dazu in den Ausschüssen, insbesondere im Programmausschuss. Den werde man sicherlich in dieser Funktionsperiode fortführen, denn die Unterhaltung sei zweifellos eine Hauptchallenge für den ORF. – Danke vielmals! Bis zum nächsten Mal. (GROSS HOROWITZ und HOFER: Danke.) (Beifall.)

(GROSS HOROWITZ und HOFER verlassen die Sitzung.)

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 3 der Tagesordnung „BERICHT DES GENERALDIREKTORS UND ALLGEMEINE PROGRAMMFRAGEN“ ein. Nunmehr wisse er auch, warum dieser immer so gut gelaunt sei. Er könne nämlich zaubern und wisse daher, dass trotz dieser schwierigen Situation am Ende alles gut sein werde. Damit bitte er den Generaldirektor, ihnen einen Überblick über das Geschehen und die Herausforderungen für den ORF zu geben. – Bitte.

Der GENERALDIREKTOR dankt für die Worterteilung und führt aus:

Genau am vergangenen Wochenende hat der vorletzte Schritt zur Besiedelung des Mediacampus stattgefunden. Ö1 ist übersiedelt worden und sendet jetzt seit vergangener Montag auch hier vom Mediacampus aus. Das hat logistisch alles sehr gut funktioniert. Um den Mediacampus komplett besiedelt zu haben, fehlt dann nur noch Ö3. Das wird dann in den nächsten Wochen folgen. Wir werden also bis Jahresende den Mediacampus komplett besiedelt haben.

Insgesamt sind wir darauf schon sehr stolz. Ich verweise noch einmal darauf, dass das gesamte MSO-Projekt, also nicht jetzt der Mediacampus per se, sondern insgesamt der gesamte Bau mit 303 Millionen € schon ein sehr großes Projekt ist, das wir innerhalb des Kosten- und Zeitrahmens und auch der Qualitäten, wie das so schön in der Fachsprache heißt, abschließen können. Das ist in Zeiten wie diesen schon ein Erfolg, der dem Team, das das umgesetzt hat, gebührt. Insgesamt kann man darauf sehr stolz sein.

Ich weiß jetzt nicht, ob Sie schon einmal eine Führung durch den multimedialen Newsroom hatten. Wenn es gewünscht ist, können wir das gerne organisieren. Das ist wirklich eine ganz moderne Arbeitsstätte und ein starkes Signal für einen starken ORF für die Zukunft.

Insgesamt ist die ORF-Flotte sehr, sehr gut unterwegs. Wir erreichen täglich 6,4 Millionen Menschen, die zumindest ein ORF-Angebot pro Tag nutzen. Radio und Fernsehen bewegen sich insgesamt auf sehr hohem Niveau. Social Media performen

insgesamt auch sehr gut. Ich möchte da speziell noch einmal auf „Sound“ hinweisen, falls Sie es noch nicht heruntergeladen haben. Wir haben ein neues Feature, das ist die Weiterentwicklung der Radiothek, die es jetzt als neue APP gibt. Bitte laden Sie es sich aus dem APP-Store herunter. Es ist ein wirkliches Erlebnis. In den ersten Wochen gibt es da schon sehr hohe Zugriffsraten. Das ist ein ganz wesentlicher Schritt, den wir dann auch noch für unsere Strategie in Richtung Multimedialität weiterentwickeln werden.

Bei den TV-Marktanteilen liegt der ORF im europäischen Vergleich im erfolgreichen Drittel, insgesamt auf jeden Fall deutlich über dem europäischen Schnitt. Das ist ein guter Wert, auf dem wir uns natürlich nicht ausruhen, aber es ist einmal ganz gut zu wissen, wo wir stehen. Das funktioniert also sehr gut.

Mit den Radios liegen wir im europäischen Vergleich noch besser, und zwar an dritter Stelle. Dieser Erfolg ist natürlich mit Ö3 als Einzelsender, aber genauso mit Ö1 als kulturellem Angebot verbunden. Da liegen wir also im europäischen Vergleich sehr, sehr gut.

Ein großes Thema, das nicht nur den ORF, sondern alle Medien betrifft, ist natürlich das Vertrauen in Nachrichten in Österreich. Da kann ich verkünden, dass der Vertrauensindex mittlerweile wieder den Vor-Corona-Stand erreicht hat. Das ist eine positive Nachricht. Insofern geht da der Trend also in die richtige Richtung. Der ORF, aber auch alle Medien legen da wieder zu. Das ist insgesamt für den heimischen Medienstandort ein gutes Zeichen. Darauf sind wir stolz, wobei es natürlich schon so ist, das will ich hier nicht verschweigen, dass es für uns, aber auch für alle Medien da einen Einbruch gegeben hat. Der ORF ist aber nach wie vor das Medium, dem die Österreicherinnen und Österreicher am meisten vertrauen.

Wenn wir in diesen Tagen die Hausaufgaben für das Budget 2023 machen, sind die hohen Energiekosten und die Teuerung insgesamt das große Thema. Wir haben das vor zwei Wochen im Finanzausschuss und im Plenum des Stiftungsrats ausgeführt. Das Jahr 2022 werden wir, so sieht es jetzt aus, wie wir es prognostiziert haben, obwohl die ersten beiden Forecasts negativ waren, mit einer schwarzen Null abschließen. Zusätzlich investieren wir noch, ich habe das vorhin schon kurz erwähnt, 15 Millionen € ins Fernsehprogramm. Die Programmdirektorin hat das näher ausgeführt.

Wenn Sie fragen, wie das geht, muss man wissen, dass für den zweiten Forecast, über den wir berichtet haben, am 30. Juni die Zahlen aus dem ganzen Haus abgesaugt werden. Natürlich wissen wir jetzt schon viel genauer, wie sich das Jahr weiter entwickeln wird. Daher haben wir auch die Möglichkeit, zusätzlich 15 Millionen € ins Programm zu investieren.

Über das Erkenntnis zur Streaminglücke habe ich bereits berichtet. Das ist natürlich ebenfalls ein Arbeitsfeld, mit dem wir uns im Haus jetzt sehr intensiv beschäftigen. Wir sind dabei in einem engen Austausch mit der Medienpolitik. Es braucht eine Neuregelung der ORF-Finanzierung ab 1.1.2024. Das habe ich ausgeführt und gemeinsam mit Vertretern aller Fraktionen im Stiftungsrat darauf hingewiesen, dass es nicht nur eine Neuregelung ab 1.1.2024 mit einer Roadmap geben muss, sondern sie muss auch gesetzlich in Kraft sein. Das ist ganz, ganz wichtig. Darauf haben wir hingewiesen, und daran arbeiten wir. Wenn es dazu Fragen gibt, kann ich gerne noch ein bisschen ausführlicher darauf eingehen. Es sollte also in den ersten drei Monaten 2023 klar sein, welche gesetzliche Regelung da in Kraft treten soll. Wichtig ist eben, dass das Gesetz, wie auch immer es ausschaut, ab 1.1.2024 in Kraft ist. Es darf zu dem Zeitpunkt keine bloße Absichtserklärung mehr sein.

Sie wissen ja, dass von den ORF-Gebühren, die der ORF einhebt, beim ORF nur zwei Drittel verbleiben. Unter den Streamingplattformen gibt es einige, die teurer oder gleich teuer wie der ORF sind. Ich selber habe einige Abodienste abonniert. Das eine ist das Grundpaket. Wenn sie dann zusätzliche Filme herunterladen, sind sie schnell bei höheren Preisen. Wir sind also, was den Kostenvergleich anbelangt, durchaus wettbewerbsfähig. Und ich weise noch einmal darauf hin: Streamingplattformen beinhalten im Wesentlichen Fiction und Dokus oder Sport, aber beim ORF gibt es wirklich das gesamte Portfolio. Das ist der große Unterschied. Es gibt vor allem Information, es gibt Kultur, also öffentlich-rechtliche Inhalte, die uns wichtig sind und die sonst niemand hat.

Das zweite große Thema für uns, und das wurde in unseren Beiträgen bereits mehrfach angesprochen, für das wir seit Monaten oder eigentlich schon seit Jahren werben, ist neben der Streaminglücken-Lösung natürlich die Digitalnovelle. Die ist ganz wichtig. Vor allem bei den Jungen wollen 69 % die Programme zeitversetzt sehen. Um da modern zu werden, braucht es eine Digitalnovelle für den ORF. Das ist Ihnen allen klar und auch bekannt, dass wir da extrem dafür werben, weil es einfach zeitgemäß ist. Wir wollen da nichts anderes als andere vergleichbare öffentlich-rechtliche Sender wie ARD, ZDF, BBC etc. Das wäre ganz wichtig.

Wir arbeiten weiterhin für die multimediale Zukunft des ORF, und das vor allem mit jungen Menschen. Ich habe gestern den Lehrgang der Trainees, verabschiedet, 23 junge Menschen, die ein Jahr lang in drei verschiedenen Bereichen des ORF gearbeitet haben: in Redaktionen, in der Technik und in der Programmwirtschaft. Sehr viele von ihnen haben wir bereits übernehmen können. Das ist also ein ganz wichtiges Programm für die Zukunft des ORF, das wir fortsetzen werden. Ein Wert, der mich besonders gefreut hat: Wir haben, was junge Menschen betrifft, ein bisschen Aufholbedarf, und ich freue mich daher besonders, dass wir seit 1.1.2022 31 junge Menschen unter 30 zusätzlich in den ORF aufnehmen haben können.

Wir investieren ins Programm. Ich habe das schon gesagt, und die beiden Programmverantwortlichen haben veranschaulichen können, welche Programmfeuerwerke wir jetzt noch im Herbst und im kommenden Jahr veranstalten werden können. In der vergangenen Woche war die ORF-Programmpräsentation. Dort haben wir die Programm-Trailer gezeigt. Unsere Programme können sich sehen lassen. Einen absoluten Schwerpunkt gibt es bei der Information. Die funktioniert sehr gut, aber auch die Fiktion mit zahlreichen Produktionen, die Ihnen bereits vorgestellt worden sind.

Wir investieren natürlich auch in Multimedialität. Ich darf noch einmal ganz kurz auf die sehr erfolgreichen „Sommergespräche“, die wir hier am Mediocampus durchgeführt haben, hinweisen. Mit einem Moderatorenpaar aus Radio und Fernsehen haben wir ein deutlich sichtbares Signal dafür gesetzt, dass die Multimedialität gelebt wird. Das hat sehr gut funktioniert. Über „Sound“, das wir vor zwei Wochen gelauncht haben, habe ich bereits gesprochen. Da bitte ich wirklich, die APP herunterzuladen. Das ist wirklich ein neues Hörerlebnis, alle ORF-Hörfunkprogramme kompakt in einer neuen APP.

Natürlich arbeiten wir multimedial weiter. Ich darf Ihnen ankündigen, dass wir im November nach „Sound“ ein neues multimediales Projekt launchen werden, nämlich „Topos“. Das ist ein multimediales Crossover von Wissenschaft, Kultur und Religion. Wenn Sie die Frage stellen, warum wir eine Digitalnovelle wollen, wenn wir das ohnedies machen dürfen, so ist darauf hinzuweisen, dass es dafür so wie auch bei „Sound“ einen langen Behördenvorlauf gegeben hat. Das haben wir bei der KommAustria eingereicht. Das wurde dann nach ungefähr 15 Monaten positiv beschie-

den. All das, was wir tun, ist also innerhalb der gesetzlichen Rahmenbedingungen und korrekt. Ich freue mich darüber ganz besonders, weil wir damit einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Multimedialität gehen.

Zum Abschluss noch ein kleiner Hinweis: Wir werden rechtzeitig zur Fußball-Weltmeisterschaft, die Ende November in Katar beginnen wird, auch mit dem Sport TikTok erobern. Wir wollen dort versuchen, vor allem junge Menschen zusätzlich anzusprechen.

Nach „Sound“ werden wir dann ab Anfang 2023 an einem Relaunch der TVthek arbeiten. Das wird unser nächstes großes Thema werden. Ich freue mich besonders über die 31 jungen unter 30-Jährigen, die wir zusätzlich aufnehmen haben können. – Herzlichen Dank. (*Beifall.*)

STOLBA dankt für den umfassenden Bericht. Zur Streamingglücke hätte sie aktuell eines interessiert, nämlich die blaue Seite. Sie wolle wissen, ob es da möglich wäre, zu erfahren, wie da der Diskussionsstand sei. Ihr sei natürlich bewusst, dass es sich dabei um laufende Gespräche handle. (WEISSMANN: Und medienöffentlich!) Ihr sei das durchaus bewusst. (MARSCHITZ: Das ist die Chance zu einer kleinen Pressekonferenz.)

MEYER sagt, er habe de facto die gleiche Frage, die bereits Stolba gestellt habe. Sie alle würden die Bemühungen des ORF unterstützen, eine Digitalnovelle zu bekommen. Aus der Perspektive der Wissenschaft, aus der Perspektive der Bildung und aus der Perspektive der Konsumenten und Konsumentinnen wäre es unglaublich wichtig, dass die tollen ORF-Inhalte länger verfügbar wären. Man verstehe auch, dass es da Kompromisse brauche. Er und ein paar Leute, mit denen er darüber gesprochen habe, seien über das Vorpreschen des Generaldirektors etwas erstaunt gewesen, der angekündigt habe, das Textangebot auf der blauen Seite um die Hälfte reduzieren zu wollen. Man interessiere sich dafür, in welchem Zusammenhang das passiert sei.

ZIMMER stößt langweiligerweise in dasselbe Horn. Ihre erste Reaktion auf diese kolportierte Halbierung der Texte auf der blauen Seite sei die gewesen, dass man sie als Konsumentin der blauen Seite verlieren werde. Das wäre kein Drama, wenn es nicht viele andere ihr gleichtun würden. In Foren der Zeitungen, die sie lese, werde häufig bekrittelt, dass es schon wieder einen Podcast zu irgendeinem Thema gibt.

Worauf sie hinauswolle: Podcasts hätten als Format ihre Berechtigung, sie seien aber kein Ersatz für Textnews. Mobile Teilnehmer des ORF, die den Zugang über das Handy hätten, hätten da andere Bedürfnisse. Die würden mit einem Podcast nicht abgedeckt werden können. Man möge nur daran denken, wie oft man während Sitzungen verstohlen auf die ORF-News blicke. Da werde man keinen Podcast abspielen. Das werde man auch sonst in der Öffentlichkeit nicht tun, weil das sozial nicht verträglich wäre. Sie unterstütze die Entwicklung zu mehr Audio- und Videocontent auf einem Player. Das ersetze jedoch nicht Textnews, auch wenn die zeitungähnlich sein mögen. Für die gebe es ein stabiles, über Jahre herangezogenes Publikum, das man verprellen würde.

Was ihr eingefallen wäre, sei, dass man vielleicht noch einmal bei den Inhalten genauer hinschauen könnte, ob nicht die österreichische Zeitungslandschaft ihren Schwerpunkt doch sehr bei regionalen und lokalen Dingen habe und sich in internationale Nachrichten nicht gerade extrem vertiefe. Vielleicht gebe es da die Möglichkeit eines gedeihlichen Modus Vivendi, wer sich worauf spezialisiere. Der ORF könnte den internationalen Blick noch stärker entwickeln.

Sie wolle jedoch mit etwas Positivem abschließen. Sie habe die Resetarits-Doku über Teuerung ganz großartig gefunden, bei der verschiedene Redaktionen zusammengewirkt hätten. Das sei gut, denn multimedial bedeute eben auch, dass Redaktionen aus ihrem jeweiligen Biotop auftauchen und zusammenarbeiten würden. Ihr sei aufgefallen, dass die Redaktion von „konkret“ – sie sei Verbraucherschützerin – da nicht dabei gewesen sei. Man möge sich daran erinnern, dass man, als man sich dazu entschieden habe, den Freitag umzuwidmen und statt der Sendung „konkret“ eine Wissenschaftssendung einzuführen, gesagt habe, dass man dafür im kompetenten Team der Sendung „konkret“ Redakteure habe, die dann und wann auch das Hauptabendprogramm bespielen könnten. Sie wolle dazu einladen, das zum Thema Teuerung zu machen, denn man wolle ja nicht nur Bad News, sondern auch Service und Tipps, wie Haushalte ganz heruntergebrochen auf ihren Alltag mit der neuen Situation umgehen können. Man habe da ein kompetentes Team, das diese Thematik aufbereiten könnte.

An Cross-Promotion sei ihr aufgefallen, dass „Studio 2“ ein Interview mit einer Redakteurin geführt habe, die auf „kreuz und quer“ einen Beitrag über ein Jahr Taliban gestaltet hat. Sie habe diese Entwicklungen vor Ort begleitet. Sie finde es super, wenn man sich so wechselseitig anteasere. Vielleicht, und das sei jetzt ihre Anregung, könnte man auch den Leuten von Ö1 Ängste nehmen, und die hätten sie momentan im Zusammenhang mit der Übersiedlung hierher in den Mediacampus, in der doch dominanten Fernsehlandschaft an den Rand gedrückt zu werden. Vielleicht könnte man die Zusammenarbeit zwischen Radio und Fernsehen fördern. Das wäre modern und nehme vielleicht auch die eine oder andere Befürchtung.

Der VORSITZENDE fragt nach, ob es noch jemanden gebe, der zur blauen Seite etwas fragen wolle, denn er würde dieses Thema dann abhaken wollen. Es sei vielleicht noch nicht so bekannt, dass die Österreichische Vereinigung der Sitzungsleiter dafür interveniert habe, dass die blaue Seite abgedreht wird, damit in den Sitzungen wieder mehr die Aufmerksamkeit gewahrt bleibt.

WEISSMANN stellt fest, dass die ganze Idee des Mediacampus die Zusammenarbeit sei. Es brauche niemand Angst zu haben, es werde niemand an die Wand gedrückt werden. Ganz im Gegenteil! Ihm sei schon klar, dass Veränderungen immer Ängste hervorrufen und für Irritationen sorgen. Man finde jedoch hier am Mediacampus die besten Arbeitsbedingungen für Journalismus in ganz Österreich. Wenn es Themen gebe, reagiere man sehr rasch auf Anregungen zur neuen Arbeitssituation. Ö1 sei extrem erfolgreich und wahrscheinlich im europäischen Vergleich einer der erfolgreichsten, wenn nicht der erfolgreichste Kultursender. Der werde weitergeführt werden. Er sei da für mehr Selbstbewusstsein. Es brauche sich niemand zu fürchten. Wenn es Probleme gebe, dann solle man zu ihm kommen. Seine Türe stehe immer offen. Man brauche da keine Schulterschlüsse mit irgendwem in der Öffentlichkeit. Sie seien bei der ORF-Geschäftsführung und bei Thurnher sehr gut aufgehoben.

Zum Komplex Streaminglücke/blau Seite: Man kenne ihn mittlerweile ein wenig. Er spreche das immer sehr offen an. Man sei hier allerdings wirklich medienöffentlich. Im Hinblick auf die Streaminglücke brauche man eine Neuregelung, die am 1.1.2024 in Kraft treten muss. Das sei ganz essenziell. Darauf habe man hingewiesen. Das sei auch vom Stiftungsrat wirklich sehr unterstützt und vorangetragen worden. Das sei einmal klar deponiert.

Zur Frage, welche gesetzliche Regelung sinnvoll erscheine, sei die Medienpolitik am Zug. Man könne da nur beratend tätig werden, was man natürlich tue. Das Verfas-

sungsgerichtshofurteil habe klargestellt, dass Streaming Gebührenpflicht auslöse. Das sei gut für den ORF. Die verschiedenen Varianten, die im Raum stünden, hätten alle Vor- und Nachteile. Man könne im Wesentlichen vier Modelle unterscheiden: Das eine sei eine Log-in-Lösung, das zweite eine Budgetfinanzierung, das dritte eine erweiterte Geräteabgabe, also neben TV und Radio auch den Internetanschluss gebührenpflichtig zu machen oder eben eine Haushaltsabgabe. Nach der Expertise ihrer Juristen und Juristinnen zum Verfassungsgerichtshoferkenntnis schließe man eine Log-in-Lösung aus. Die Interpretation sei die, dass sich aus dem Erkenntnis eine Log-in-Lösung nicht ableiten lasse. Eine Budgetfinanzierung in der derzeitigen Form eher auch nicht. Es gehe im Erkenntnis ja auch sehr stark, und das sei erfreulich, um die Unabhängigkeit der Finanzierung des ORF. Die sei darin klargestellt und müsste dann juristisch abgedeckt werden. Damit würden im Wesentlichen eine Haushaltsabgabe und eine Geräteabgabe verbleiben. Das beinhalte viele Fragen, die abgearbeitet werden müssten.

Das seien alles mehr oder weniger komplexe juristische Sachverhalte, die abgearbeitet werden müssten. Daher dränge man so darauf, dass es eine zeitgerechte Festlegung gibt, weil die dann ja auch noch durch das Parlament muss und die Veränderungen in der Administration des ORF vorbereitet werden müssen. Für den ORF sei ganz, ganz wichtig, dass die Finanzierung weiterhin geregelt ist. Man müsse zum Beispiel das Budget 2024 schon am 15. November 2023 verschicken. Es gebe da also einen längeren Vorlauf. In diesem Antrag müsse dann auch die Finanzierung berücksichtigt sein. Das nur zum besseren Verständnis, warum man so darauf dränge, dass es zeitgerecht eine Lösung gibt.

Das andere seien die Bemühungen um eine Digitalnovelle des ORF-Gesetzes. Das seien im Prinzip zwei getrennte Dinge. Allerdings sei es natürlich so, dass das realpolitisch natürlich junktimiert werde. Er habe regelmäßig darüber berichtet, dass der ORF an einer Digitalnovelle interessiert ist. Der Arbeitsauftrag sei gewesen, dass man das in einem Interessensausgleich mit anderen Marktteilnehmern in Österreich erarbeiten soll. Er habe auch immer wieder über die Gespräche berichtet, die es da mit den anderen Marktteilnehmern gibt. Aus dem heraus sei das zu sehen.

Die blaue Seite abschaffen hätten andere gewollt. Was ihnen mittlerweile gelungen ist, sei, dass die blaue Seite definitiv nicht abgeschafft werden wird. Das sei mittlerweile klar. Es sei nicht so gewesen, dass klar gewesen ist, dass das nicht passieren wird. Das sei mittlerweile jedoch außer Streit gestellt. Es seien da auch von ihm immer wieder rote Linien definiert worden, dass er dafür nicht zu haben ist.

Das Zweite sei, und das habe bereits sein Vorgänger Alexander Wrabetz eingeleitet und mit einer Digitalnovelle überhaupt nichts zu tun, dass man von einer Transformation und Weiterentwicklung in Richtung Multimedialität gesprochen habe. Jedes erfolgreiche Unternehmen hinterfrage von Zeit zu Zeit seine Produkte und sehe sich an, ob man damit noch zeitgemäß ist, wie die Publikumsresonanz ist. Wrabetz habe ganz unabhängig von der Digitalnovelle schon vor drei Jahren diese Transformation eingeleitet. Ein erstes Stück davon sei die Videoleiste, die seit März 2021 auf der blauen Seite zu sehen ist. Es gehe also insgesamt in Richtung mehr Multimedialität und mehr Bewegtbild auf der blauen Seite.

Er sei am Vortag in der Betriebsversammlung der ORF ON gewesen, in der man das auch diskutiert habe. Es sei ja klar, dass das für Diskussionen sorgt. Man stelle sich diesen Diskussionen auch und erkläre es hausintern. Man gehe diesen Weg der Transformation und der Multimedialität gemeinsam.

Da die Fragen jedoch an ihn gerichtet worden seien, wolle er feststellen, dass ihm gewisse Fragen nicht gestellt zu werden brauchen. Er könne nur erklären, was die Verhandlungspartner in den Verhandlungen sagen. Man müsse da also die Fragen und nicht ihn. Es sei ganz klar, und das habe er am Vortag auch so formuliert, dass der Weg in Richtung Transformation zur Multimedialität vor drei Jahren eingeschlagen worden sei. Den gehe man konsequent weiter. Man dränge auf eine Digitalnovelle, weil man künftig für alle Informationsprodukte des ORF online first und dann auch in gewisser Art und Weise online only realisieren wolle. Es sei natürlich so, dass die Informationen mittlerweile vor allem einmal erstrangig am Handy konsumiert würden. Genau deswegen sei es ja eine Publishing-Strategie, die man umsetzen werde, wenn man die digitalen Möglichkeiten dazu habe, online first zu sein, dass dann die blaue Seite überhaupt die Landing-Page für alles sein werde. Alle Informationen würden künftig zuerst online auf der blauen Seite gebracht werden und danach erst in Radio und Fernsehen. Idealerweise parallel, aber im Sinne einer Publishing-Strategie müsse das natürlich dort sein, wo es die Menschen zuerst konsumieren, und das seien natürlich vor allem Handys und Mobile Devices.

Insofern sei es nur eine konsequente Ansage, wenn er sage, es gehe in Richtung mehr Multimedialität. Man reagiere damit darauf, wo die Menschen zuerst Nachrichten konsumieren würden. Daher werde die blaue Seite zukünftig aus seiner Sicht die Landing-Page werden, auf der man Nachrichten wirklich online first – das dürfe man derzeit allerdings nicht – bringen werde.

Ein unumstößlicher Eckpunkt werde sein, dass die blaue Seite weiterhin der Agendasetter bleiben wird, der sie jetzt sei. Er sei selber lange Journalist gewesen. Das Wichtigste sei immer der Teletext gewesen, der mittlerweile von der blauen Seite abgelöst worden ist. Jede Redaktion des Landes habe immer auf den Teletext geschaut. Der Teletext sei neben dem Radio situiert gewesen. Alle Frühgeschichten aus dem Radio, Ö1 und Ö3 seien dann vom Teletext übernommen worden. So sei der Teletext früher der Agendasetter für die Nachrichten in Österreich gewesen. Das werde logischerweise künftig die blaue Seite sein, weil dort alle Journalistinnen und Journalisten hinschauen. Das sei ein ganz klares Bekenntnis dazu, dass die blaue Seite auch künftig dieser Agendasetter und diese Storymaschine bleiben wird, die sie jetzt ist. Ein positives Beispiel sei diese Schachgeschichte über den mutmaßlichen Betrug. Das sei eine Eigenrecherche der blauen Seite gewesen. Das sei toll, und so solle es in Zukunft auch bleiben.

Das müsse man sich natürlich im Detail anschauen. Es gehe um die selbst geschriebenen und selbst recherchierten Geschichten, die dort künftig im Mittelpunkt stehen würden. Insofern mache er sich keine Sorgen um die blaue Seite, sondern ganz im Gegenteil. Sorgen hätte er sich gemacht, wenn das Junktim gewesen wäre, und das sei nämlich lange so am Tisch gelegen, dass der ORF eine Digitalnovelle bekommt, dafür aber die blaue Seite abdrehen muss. Das sei nunmehr klargestellt, dass das so nicht sein wird. Es werde natürlich künftig im Look-and-feel eine gewisse Verlagerung geben. Das sei klar. Wenn man in Verhandlungen sei und vom anderen etwas wolle, dann werde man am Ende des Tages aufeinander zugehen müssen, und das tue man. Wenn es in zwei Jahren keine Digitalnovelle und keine Streaminglücken-Lösung geben sollte, würde er der Kritik ausgesetzt sein. Es sei seine Aufgabe als Geschäftsführer, den ORF auch über die blaue Seite hinweg gut zu vertreten. Und das tue er. Er habe das Gesamtwohl des Unternehmens im Auge. Die Digitalnovelle sei auch für die blaue Seite wichtig. Er habe hoffentlich klar ausgeführt, wie sie in Zukunft weiterhin wichtig bleiben und sogar noch wichtiger werden wird. Man brauche die Digitalnovelle aber genauso auch für das Radio und das Fernsehen. Stich-

wort: fiktionale Produkte, die vor allem junge Menschen, aber auch ältere zeit- und ortsunabhängig abrufen wollen. Daher sei das aus unternehmensstrategischer Sicht ganz, ganz wichtig.

Der ORF brauche eine Digitalnovelle, alle anderen würden sie nicht brauchen. Niemand außer dem ORF habe etwas davon. Er persönlich sehe das marktpolitisch schon so, denn er bekenne sich zum dualen Mediensystem und insgesamt zum heimischen Medienstandort. Darum setze er mit seiner Geschäftsführung vermehrt auf Kooperation statt Konkurrenz. Darüber habe er schon mehrfach berichtet. Es bringe nichts mehr, sich gegenseitig runterzulizitieren. Man müsse vielmehr dort kooperieren, wo dies sinnvoll sei. Wenn er eine Digitalnovelle wolle, sich die anderen aber nicht bewegen würden, werde man keine Digitalnovelle zustande bringen. Er könne nicht sagen, ob es eine Digitalnovelle geben werde. Er und seine Geschäftsführung würden ständig darauf hinweisen. Man tue sicherlich alles, um eine Digitalnovelle zu bekommen. Gleichzeitig gebe es auch rote Linien, die ganz klar nicht überschritten werden. Die seien definiert.

Er verstehe natürlich die Diskussion. Manchmal habe man, wenn ein bisschen Stillstand in den Gesprächen eingetreten sei, vielleicht wieder einmal einen Ball in die Luft werfen müssen, damit die Gespräche weitergehen. Die Diskussion um eine Digitalnovelle für den ORF gebe es seit Jahren. Man brauche das. Und jedes Monat, jedes halbe Jahr, das vergehe, ohne dass es eine Digitalnovelle gibt, sei verlorene Zeit für den ORF. Aus ihrer Sicht würden die Uhren für eine Digitalnovelle und eine zeitgerechte Streaminglücken-Lösung ticken. Deswegen sei es so wichtig, dass man wieder ins Gespräch komme.

RIEDL sagt, dass es im Interesse des Publikums liege, den öffentlich-rechtlichen Content auf allen verfügbaren Kanälen rund um die Uhr verfügbar zu haben. Gerade für junge Menschen sei es nicht mehr nachvollziehbar, etwas nur mehr linear im Fernsehen auffinden zu können. Eine Digitalnovelle müsse darauf abzielen, dass, egal welche technischen Entwicklungen es in den nächsten Jahren gibt, der ORF über diese Kanäle seine Inhalte ausspielen kann. Wenn irgendwann die Google-Brille oder VR-Angebote kommen würden, werde man ja nicht wieder zwei Jahre diskutieren wollen, ob es Teil des ORF-Auftrags ist, seinen Content dort auch auszuspielen. Es sei im Interesse derer, die den ORF als Gebührenzahlerinnen und -zahler mitfinanzieren, diesen Content auf vielen Plattformen zu sehen.

Daher wolle er fragen, ob die Aufhebung der 7-Tage-Frist Teil des Pakets sei. Das sei etwas, das bei ihm immer wieder angefragt werde, weil das für viele in Zeiten des Internets nicht verständlich sei, in dem eigentlich alles bestehen bleiben würde, während ausgerechnet diese wertvollen Inhalte verschwinden.

Er wolle noch zum Projekt „Topos“ gratulieren, auf das er sich schon sehr freue. Er denke, dass da etwas Großes gelungen ist, dass man diesem von manchen vielleicht als Nischen- oder Randthema angesehenen Special Content einen so prominenten Platz gibt. Das halte er für eine wichtige und gute Entwicklung, und er sei schon sehr gespannt darauf.

(HÜBNER verlässt die Sitzung.)

ZIMMER dankt dem Generaldirektor für dessen Ausführungen. In Bezug auf den Punkt, auf den sie sich stark fokussiert habe, nämlich wie es mit dem Umfang des Textanteils auf der blauen Seite in Zukunft aussehen werde, habe er mittelbar geantwortet. Die Wünsche würden von anderer Seite kommen, man möge also auch Beschwerden darüber dorthin adressieren. Sie könne ihm da nur noch ein paar Ar-

gumente mit auf den Weg geben, die etablierte Form der Darstellung, an die sich ein Großteil der Nutzer gewöhnt habe, nicht kampflös aufzugeben. Sie verweise da auf die Kosten. Es gebe einen großen Anteil in der Bevölkerung, die auch in Bezug auf den Datenverbrauch sehr preissensibel sei. Man wisse, dass man beim Breitband-Festnetz ohne Ende unlimitierte Datenpakete habe. Für den mobilen Empfang gelte das bei Weitem nicht. Der Datenverbrauch für eine Textnachricht sei minimal und fürs Videostreamen deutlich erheblicher. Das sei schon eine Weggabelung, an der man einige verlieren werde.

In ihrer ersten Einlassung habe sie ohnehin bereits angerissen, dass es um das Zwischendurch und Unterwegs gehe, wo es vom Setting her einfach unmöglich sei, sich mit Videos auseinanderzusetzen. Insofern wolle sie sehr dafür werben, das, was einige als zeitungähnlich verstehen würden, wie sie als zeitgemäßes ORF-Angebot zu verstehen, nämlich auch Text nicht zu vernachlässigen.

MARSCHITZ meint, dass es das Dilemma des ORF sei, dass er in gewisser Weise auch privilegiert sei. Das Korsett für seine Tätigkeit sei jedoch ziemlich eng und eben zum Teil auch fremdbestimmt. Selbst wenn der Generaldirektor rote Linien definiere, könne die Politik immer noch etwas anderes beschließen. Mit der Politik gebe es keinen entsprechenden Verhandlungsprozess. Er kenne das aus leidvoller Erfahrung in anderen Bereichen.

BAUMGARTNER dankt dem Generaldirektor für dessen Erfolgsbericht. Er habe auf die Digitalnovelle eigentlich nicht eingehen wollen, aber es sei die letzten fünf Jahre, seit er hier im Publikumsrat sei, immer das große Thema gewesen, wie man die erreichen könnte. Es sei eben ein Geben und ein Nehmen, und beim Geben und beim Nehmen werde wohl ein Kompromiss notwendig sein. Man dürfe nicht vergessen, dass man letztendlich dem Publikum verpflichtet sei. Er denke, dass sich das Publikum eine gute und große Digitalnovelle für den ORF wünsche.

Er wolle sehr gerne das Angebot annehmen, eine Führung durch den Mediacampus zu bekommen. Die APP habe er sich gerade heruntergeladen, da aber noch nicht hineingehört. Besonders schön habe er gefunden, dass er, als er heute in das ORF-Zentrum gekommen sei, im Eingangsbereich Plakate gefunden habe, auf denen alle Journalistinnen und Journalisten von Ö1 herzlich willkommen geheißen werden. Das sei eine schöne Geste, die ihm aufgefallen sei. Das nehme er im Übrigen auch für seine Unternehmen mit.

Er habe eine konkrete Anregung. Er werde immer wieder mit dem Wunsch konfrontiert, ob die „Bundesland heute“-Sendung nicht länger sein könnte. Sie dauere zwischen gefühlt 8:50 Minuten an einem Sonntag und bis zu 20 Minuten. Man habe in dieser Sitzung gehört, dass sich das Publikum einen Österreichbezug, einen Bundeslandbezug wünscht. Seine Frage sei, ob die „Bundesland heute“-Sendung nicht 20 Minuten dauern könnte.

DANMAYR weist, da Ladstätter nicht anwesend sein kann, auf die Wichtigkeit der blauen Seite insbesondere für Menschen mit Behinderung hin. Die blaue Seite zeichne sich durch eine sehr hohe Barrierefreiheit aus und beinhalte auch Nachrichten in einfacher Sprache. Es seien ziemlich viele Menschen, die da ein Recht darauf hätten. Das sollte man nicht unberücksichtigt lassen.

Sie könne sich nur ganz schwer vorstellen, wie man eine Geräteabgabe umsetzen soll. Sie alle wüssten nicht, wie sie in zwei, drei Jahre fernsehen würden. Man habe schon einmal herumgeblödelt, dass es dann womöglich Hologramme am Badezimmerspiegel sein würden. Man habe vor zehn Jahren nicht gewusst, dass jetzt alle am

Handy streamen würden. Dann wäre man aber wieder viele Jahre hintennach. Es habe auch einmal den Vorschlag gegeben, erst ab einer bestimmten Bildschirmgröße Gebühren einzuheben. Dann gebe es womöglich auch eine Hosensackkontrolle, wie groß das Handy sei. Kurz: Da fehle ihr jegliche Fantasie dazu, und das erscheine ihr völlig unpraktikabel. Sie wisse, dass der ORF das nicht entscheide, aber sie wolle das trotzdem gerne hier gesagt haben.

MEYER meint, er habe noch eine Anregung für die Kommunikation und eine Unterstützung für die Argumentation des Generaldirektors. Er habe es großartig gefunden, dass er die ORF-Gebühren den Kosten bei anderen Medienanbietern gegenübergestellt habe. Er sei ein Medienjunkie und habe alles Mögliche abonniert. Er wisse nicht, ob den Konsumentinnen und Konsumenten da draußen so bewusst sei, wie günstig eigentlich das ORF-Angebot selbst für den Gebührenzahler sei. Er würde da durchaus anregen, das in einer smarten Art und Weise hin und wieder zu kommunizieren, wie das nicht nur im Unterschied zu Streaminganbietern und zu Plattformen, sondern auch im Unterschied zu Zeitungsabos und elektronischen Abos von Zeitungen ausschaue und wie breit das Angebot des ORF im Unterschied dazu sei. Er denke, dass das wirklich eine große Möglichkeit darstelle.

WEISSMANN versucht nochmals, die Wünsche des ORF für eine Digitalnovelle zusammenzufassen. Man orientiere sich da im Wesentlichen an den Publikumsinteressen. Das sei eine längere Verweildauer als 7-Days-Catch-up. In Deutschland sei es mittlerweile ein halbes Jahr. Das sei natürlich Teil einer Verhandlung. Im Hintergrund gebe es da natürlich Rechtekostenthematiken für eine längere Bereitstellungsdauer. Insgesamt sei eine längere Verweildauer jedoch modern.

Es gehe auch um online first und online only. Gerade die blaue Seite sei die zukünftige Landing-Page für alles, was der ORF berichten werde. Das werde auch bei „Topos“ so sein. Es sei in Zukunft das Bewegtbild, das man haben werde. Die Zeitungsähnlichkeit sei natürlich ein gewisses Thema, und der ORF sei von den gesetzlichen Rahmenbedingungen her ein Rundfunkveranstalter. Daher setze man auf das, was man im Unterschied zu den anderen habe, nämlich Bewegtbild in einem guten Mix. Er habe da gar nicht die Sorge, dass das weniger interessant sein werde, sondern er halte es für eine Chance, dass man sie weiterentwickle. Er denke sogar, dass sie mit einer multimedialen Berichterstattung noch erfolgreicher sein werde. Es werde natürlich genauso wie bisher auch Textmeldungen geben, aber es gebe völlig neue Möglichkeiten, wenn man Bewegtbild einbaut, die es bislang noch nicht gegeben habe. Es gebe gute Beispiele dafür.

Klarerweise sei es ein Transformationsprozess. Dafür sei man allerdings angetreten, dass man den ORF sinnvoll transformieren werde, denn sonst werde es irgendwann einmal so sein, dass man nicht mehr zeitgemäß sei. Es gehe darum, sich zu transformieren und multimedial weiterzubewegen. Da mache er sich keine Sorgen. Man habe sehr gute Zugriffszahlen und er sehe nicht, dass künftig weniger Menschen die blaue Seite abrufen werden. Ganz im Gegenteil! Er glaube, dass man damit sogar noch zusätzlich welche erreichen werde.

Er berichte hier öffentlich über Verhandlungen. Das sei ein bisschen schwer zu greifen. Er würde gerne noch einiges mehr dazu sagen, aber das gehöre einfach hinter verschlossene Türen. Anschauen müsse man sich jedenfalls das Gesamtpaket. Es könne schon sein, dass es keine Digitalnovelle geben wird. Eine Weiterentwicklung für den ORF, und er verweise in dem Zusammenhang noch einmal auf die ORF-Strategie 2025, zu der die Geschäftsführung von den Gremien verpflichtet worden sei, sei unumgänglich. Dort gebe es ein klar definiertes Ziel. Man wolle sich vom

Broadcaster zur Plattform bewegen. Dafür sei dann eben eine Digitalnovelle notwendig, und darum brauche man eine Digitalnovelle.

Er ersuche schon um ein bisschen Verständnis dafür, dass man die Gesamtheit im Auge behalten müsse. Man erweitere die Mannschaft der blauen Seite um rund ein Fünftel, man baue also die Redaktion aus. orf.at sei ein Tochterunternehmen des ORF. Die Kolleginnen und Kollegen, und das seien vor allem Redakteurinnen und Redakteure, aber es seien auch IT-Spezialisten, Grafikerinnen und Grafiker etc., insgesamt würden 66 Personen vom ORF angestellt werden, nämlich alle die, die jetzt an der blauen Seite arbeiten und künftig multimedial arbeiten und im multimedialen Newsroom sitzen würden. Es gebe da also eine ganz klare strategische Ansage: Man investiere, man baue die Mannschaft der blauen Seite um ein Fünftel aus. Man möge ihm eine Zeitungsredaktion zeigen, die jetzt die Redaktion ausbauen würde.

Es gebe also ein ganz klares Szenario. Man investiere dort und man wolle sich transformieren und weiterentwickeln. Das würde er alles nicht tun, wenn ihm die blaue Seite nicht wichtig wäre. Er sei selber zwei Jahre Geschäftsführer der blauen Seite gewesen. Er kenne sie also sehr gut. Er kenne die Kolleginnen und Kollegen. Man könne sicher sein, dass man diese Investitionen in Richtung einer Zukunftsstrategie tätige. 66 Kolleginnen und Kollegen in den ORF zu holen, habe auch finanzielle Auswirkungen, die man bewusst auf sich nehme. Wenn man einen anderen Weg hätte gehen wollen, dann hätte man das nicht getan. Aber weil man an die Zukunft der blauen Seite glaube, darum investiere man dort. Es gebe einen ganz klaren Auftrag.

Es sei unumgänglich, dass man sich weiterentwickle. Man könnte sagen, dass der ORF gut funktioniere. Natürlich sei das lineare Programm nach wie vor extrem erfolgreich, und darauf werde man auch noch lange setzen. Man müsse sich aber auch weiterentwickeln. Das sei Teil einer Weiterentwicklung, so wie man viele andere Bereiche des Hauses auch gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nach bestem Verständnis weiterentwickle. Weiterentwicklung bauche es. Mit Stillstand könne man den Erfolg verwalten, den man derzeit habe, aber der werde rückläufig sein. Die Zeiten für alle Medien in Österreich seien ohnehin ganz, ganz schwierig. Es sei jedoch eine echte Motivation, in diesem Zukunftsbereich etwas zu tun, und das tue man auch, indem man die Kolleginnen und Kollegen in den ORF hole und nicht mehr in der Tochter belasse.

„Bundesland heute“ habe eine lange Tradition. Da habe es immer wieder Vorstöße gegeben. „Bundesland heute“ sei zusammen mit der „Zeit im Bild“ jeden Tag die erfolgreichste Sendung. Darum setze man ja auch mit anderen Programmen vermehrt auf die Bundesländer. „Bundesland heute“ auszuweiten sei immer wieder diskutiert worden. Das sei immer wieder Thema gewesen, aber dann nie umgesetzt worden, weil ja die nationalen Programme sehr gut funktionieren und die Bundesländer auch sehr viel zuliefern. Den ganzen Tag über gebe es aktuelle Berichte aus allen Bundesländern, und das komme beim Publikum sehr, sehr gut an. Man könne sich das anschauen, das sei aktuell aber kein Thema.

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

MARSCHITZ merkt an, dass der Umfang der blauen Seite nichts Statisches sei. Er könne sich daran erinnern, dass die Seite früher auf ein Blatt gepasst habe. Das sei also ohnedies immer im Fluss, in die eine oder in die andere Richtung. (WEISSMANN: Absolut!)

WIESINGER dankt dem Generaldirektor für den Einblick in den Verhandlungsstand zu diesen Themen, soweit der eben in einer öffentlichen Sitzung gegeben werden

könne. Zu den Ausführungen Danmayrs wolle er anmerken, dass eine Haushaltsabgabe das Risiko in sich trage oder eigentlich die Folge habe, dass man dann mittelfristig nicht verhindern werde können, dass andere Sender wie beispielsweise ServusTV und andere Medienmacher, die einen gewissen Qualitätsstandard bieten würden, davon dann auch profitieren würden. Das müsse man eben auch im Blick haben. Die Frage sei nicht einfach zu lösen. Er könne den Hinweis zu den Endgeräten verstehen, dass das extrem schwierig umzusetzen sei. Da gebe es leider keinen Stein der Weisen, sondern nur Lösungen, die alle ihre Vor- und Nachteile hätten.

BRUNGRABER stellt eine Frage zur Information. Man habe beim ORF beziehungsweise beim Landesstudio angefragt wegen der Veröffentlichung eines Sportergebnisses. Es gehe nicht um seine eigene Person, sondern er wolle im Namen der Parasportler beziehungsweise auch der Randsportarten nachfragen, ob es nicht Kriterien geben sollte, welche Ergebnisse wo publiziert werden, vom Landesstudio, auf der blauen Seite oder in „Sport am Sonntag“.

MARSCHITZ fügt hinzu, dass sich gerade im Sport zeige, welche Restriktionen dem ORF auferlegt werden. So könne jetzt offenbar bei den Fußballmatches die Aufstellung nicht mehr gebracht werden, was eigentlich absurd sei.

KRATSCHMAR will in seiner Rolle als Zeitzeuge fürs Protokoll festhalten, dass diese Transformation des ORF und mehr Bewegtbild auf der blauen Seite in der beschlossenen und geltenden ORF-Strategie enthalten seien. Es sei jedoch auch eine Uraltforderung des Publikumsrats, dass die blaue Seite in Bewegung komme, dass dort Bewegtbild geboten werde. Einer, der sich besonders hinter diese Forderung gestellt habe, sei jetzt leider nicht da, nämlich Mernyi. Man habe schon vor vielen Jahren kritisiert, dass die Bewegtbildchancen, die gesetzlich möglich wären, nicht genutzt werden. Das wolle er lediglich zu Protokoll geben.

MARSCHITZ meint, dass es gut sei, wenn man Zeitzeugen in der Runde habe. So würden die Dinge nicht in Vergessenheit geraten.

Einen großen Erfolg des Publikumsrats, der im Bericht des Generaldirektors nicht vorgekommen sei, sollte man auch noch erwähnen, nämlich die Einführung des Volkgruppen-Magazins. (WEISSMANN: Das habe ich schon berichtet.) Dann wolle man das noch extra würdigen.

WEISSMANN meint zu den Kriterien für Berichterstattung, dass da nichts festgeschrieben sei. Das müsse man sich individuell ausmachen. Redaktionen seien unabhängig und weisungsfrei, auch was das betreffe. Um das pragmatisch zu lösen, müsse man sich wahrscheinlich anschauen, ob man eine regelmäßige Versorgung gewährleisten könne. Dann sei er sich sicher, dass man das in einem Landesstudio oder auch in der Zentrale als regelmäßige Info werde abbilden können. Wichtig für sie sei, dass man einen regelmäßigen Informationsfluss habe, dass man also nicht einmal etwas berichte und dann beim nächsten Mal wieder nicht. Wenn man in Gesprächen zusagen könne, dass dafür gesorgt werden wird, dass da die Information regelmäßig kommen wird, könne man sicherlich darüber diskutieren, in welcher Form darüber regelmäßig berichtet wird. Festgeschrieben sei da nichts. Damit das funktioniere, sei es wichtig, dass man dafür Sorge, dass man beispielsweise die Meisterschaft mit Berichterstattung begleiten kann und regelmäßig die Informationen bekommt. Da habe dann auch das Publikum etwas davon, und dann würde er das unterstützen, wiewohl das nirgendwo rechtlich festgeschrieben sei.

Der VORSITZENDE schließt mit der Feststellung, dass nunmehr von den gestellten Anfragen wohl nichts mehr offen sei, beziehungsweise insgesamt noch sehr viel of-

fen sei. Da werde es wahrscheinlich wirklich Zauberkräfte brauchen, um da zu einer raschen Lösung zu kommen. Die sei jedoch notwendig. Das müsse man als Botschaft noch einmal unterstreichen. Da herrsche wirklich Zeitdruck. Gerade hinsichtlich der Finanzierung könne man sich das ja leicht vorstellen, denn da müssten die Gebühren dann ja auch eingehoben werden und so weiter. Das könne nicht von heute auf morgen passieren. Er könne die Diskussion im Sinne aller wohl so zusammenfassen, dass von diesem Gremium aus der Appell an die politisch Verantwortlichen ergehe, da rasch Lösungen zu finden. Das gelte einerseits für die Finanzierung, wie auch immer die aussehen wird. Da gebe es sicherlich noch verschiedene Argumente zu bedenken. Vor allem gelte das für die Digitalnovelle, insbesondere für die Aufhebung der 7-Tage-Catch-up-Regel und Möglichkeiten des ORF, online mehr zu tun.

Er danke dem Generaldirektor herzlich für dessen Ausführungen und die Diskussion. Der Generaldirektor sei herzlich eingeladen dazubleiben, wenn seine sonstigen Verpflichtungen das erlauben würden.

(WEISSMANN verlässt die Sitzung.)

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 4 der Tagesordnung „BERICHT DES VORSITZENDEN“ sowie

Punkt 5 „BERICHTE AUS DEN AUSSCHÜSSEN“

Punkt 5.1 „PRÄSIDIALAUSSCHUSS: BERICHT ÜBER DIE SITZUNG VOM 20.9.2022“ ein und beginnt mit einer Formalie. Man habe im Publikumsrat einen Wechsel beim Vertreter der Landwirtschaftskammer. Er wolle hier festhalten beziehungsweise darüber abstimmen, dass Siffert auf die Sitze in den Ausschüssen nachrückt, die sein Vorgänger innegehabt hat. – Er sehe, dass es dagegen keinerlei Einwand gibt. Dann werde man Siffert dort herzlich willkommen heißen.

Ein zweites Thema, das er ansprechen wolle, sei das Thema Abhaltung von Sitzungen. Dabei gehe es insbesondere um die Frage der Virtualität. Es gebe im ORF-Gesetz eine Bestimmung, die da laute: „Im Fall außergewöhnlicher Verhältnisse ist eine Beschlussfassung im Umlaufweg oder in einer Videokonferenz zulässig.“ Das sei eine Bestimmung, die sowohl für den Stiftungsrat als auch für den Publikumsrat gilt. Mein sei momentan nach übereinstimmender Meinung aller Experten nicht in außergewöhnlichen Verhältnissen. Andererseits heiße es in der gesetzlichen Bestimmung, dass eine *Beschlussfassung* in einer Videokonferenz zulässig sei. Es stehe nichts dazu drinnen, wie die Sitzungen stattzufinden haben.

Daher schlage er folgende Vorgangsweise für Plenumsitzungen vor: Grundsätzlich werden die Sitzungen, sofern nicht außergewöhnliche Verhältnisse – sprich irgendwelche Lockdowns oder die Zahl der Erkrankten so hoch, dass die Ansteckungsgefahr zu groß ist – herrschen, in physischer Präsenz abgehalten. Wir bieten die Möglichkeit – und er appelliere sehr an alle, dass nur im Ausnahmefall, also wenn man beispielsweise gerade im Ausland ist, und nicht aus bloßer Bequemlichkeit zu nützen –, virtuell an den Sitzungen teilzunehmen. Bei den Abstimmungen werde man aber sicherheitshalber so vorgehen, dass bei Abstimmungen dann grundsätzlich die Vertretungen vor Ort abstimmen. Stimmabgaben könnten also nur von Personen erfolgen, die im Saal sind. Wenn also jemand virtuell dabei sei, dann brauche man wie bisher jemanden, an den man seine Stimme übertrage.

Bei den Ausschusssitzungen würde er das den Ausschussvorsitzenden überlassen, wie sie das handhaben wollen. Er selbst würde für den Präsidialausschuss gerne dabei bleiben, dass man den in einem vernünftigen System virtuell mache – in dem

Fall verwende man Zoom – und nicht in einem System, in dem man einander nicht sehe.

Im Qualitätsausschuss werde das nächste Mal die Gutachterin zugegen sein. Die werde physisch in Wien sein, und daher werde man das mit ihr persönlich machen. Sonst werde man das von Fall zu Fall entsprechend handhaben.

Im Beschwerdeausschuss sei es beispielsweise in letzter Zeit schon oft so gewesen, auch schon vor der Pandemie, wenn er sich da recht erinnere, dass man die Redaktionen zum Teil zugeschaltet hat, damit sie nicht stundenlang vor der Tür warten müssen. Da bitte er also darum, dass die jeweiligen Ausschussvorsitzenden das verantwortungsvoll entsprechend festlegen würden.

Er fragt, ob es Einwände gegen diese Vorgangsweise gibt. – Er sehe, dass das nicht der Fall ist. Man werde das also so handhaben.

Im Stiftungsrat sei das strenger geregelt. Aus seiner Sicht gebe es dort auch ein bisschen andere Voraussetzungen, das müsse man schon sagen. Die Beschlüsse dort seien noch gewichtiger und die Gefahr von Anfechtungen größer. Im Stiftungsrat werde es derzeit so gehandhabt, dass es keine Möglichkeiten zur virtuellen Sitzungsteilnahme gibt.

An der rechtlichen Front habe sich einiges getan. Der Generaldirektor habe bereits darüber berichtet, dass der Verfassungsgerichtshof einer Beschwerde des ORF stattgegeben hat. Das sei zunächst erfreulich, allerdings auch nicht ganz untypisch. Er habe das Gesetz mit 31.12.2023 aufgehoben. Mitunter habe die Politik solche Verfassungsgerichtshofurteile insofern umgesetzt, als sie das Auslaufen des Gesetzes dann zum neuen Rechtsstatus gemacht hat.

Es gebe aber noch weitere Gerichtsverfahren. Das eine sei das Verfahren, das der Presseclub Concordia angestrengt habe. Das betreffe das Gremium unmittelbar, weil damit ja die Bestellung etlicher Mitglieder des Gremiums angefochten worden sei. Die Klage richte sich natürlich nicht gegen das Gremium selbst, denn man könne da ja nichts tun. Hauptadressat sei das Bundeskanzleramt als bestellende Institution. Dabei gehe es insbesondere um zwei Punkte: Die eine Frage sei, ob die formalen gesetzlichen Bestimmungen hinsichtlich der Ausschreibung beachtet worden sind. Dabei gehe es insbesondere um die Frage, ob da überall auch Dreieuvorschläge eingebracht worden sind. Die zweite Frage sei, ob die Organisationen, für die manche Mitglieder im Gremium seien, tatsächlich repräsentativ sind.

Es habe dazu einige Verfahrensschritte gegeben, und er ersuche Lusser, darzustellen, wo das Verfahren jetzt steht.

LUSSER sagt, dass das Presseclub Concordia-Verfahren dem Generaldirektor zugestellt worden sei und nicht dem Stiftungsrat und nicht dem Publikumsrat. Der Generaldirektor habe in seiner Funktion Stellung genommen, habe sich jedoch nicht auf die politische Entscheidung der zuständigen Medienministerin gestützt, sondern eine Unzuständigkeit eingewandt, nämlich konkret, dass die KommAustria nicht die Rechtsaufsicht über eine Ministerin ist. Da gebe es andere Instrumente, das sei jedenfalls nicht von der KommAustria zu entscheiden. Dazu gebe es auch Vorjudikatur. Der Verfahrensstand sei der, dass die Stellungnahme fristgerecht abgegeben worden ist und der Ball jetzt wieder bei der KommAustria liegt.

Im zweiten Verfahren habe sich die Uniko in einem eigenen Verfahren gegen eine bestimmte Bestellung gewandt. (MARSCHITZ: Konkret ist es da um Markus Hengstschläger gegangen. Uniko ist die Universitätenkonferenz.) Da sei analog vorgegan-

gen worden. Auch da habe der Generaldirektor eine Stellungnahme abgegeben, die die Unzuständigkeit begründet und untermauert habe. Im Uniko-Verfahren habe die Medienministerin inzwischen zu ihrer politischen Entscheidung Stellung genommen, also dargelegt, warum sie die jeweiligen Bereiche für repräsentativ halte und warum die gewählten Persönlichkeiten ausgewählt worden seien. Man sei darüber informiert worden, habe aber keine eigene Stellungnahme dazu abgegeben. Auch da nehme das Verfahren also seinen Lauf.

Die noch nicht angesprochene Verfassungsklage des Landes Burgenland sei auch noch offen. Da werde der Einfluss der Politik auf die Zusammensetzung der Gremien durch das Rundfunkgesetz insgesamt als verfassungswidrig infrage gestellt. Da sei der ORF natürlich nicht Verfahrenspartei. Das liege beim Verfassungsgerichtshof. Auch da müsse man abwarten, ob den Argumenten gefolgt werden werde oder, wovon man eigentlich ausgehe, eher nicht.

Über das Streamingverfahren habe der Generaldirektor schon im Detail berichtet. Das einzig Spannende sei, dass der Verfassungsgerichtshof aus dem BVG-Rundfunk und aus Gleichbehandlungsgründen erstmals das Wort Finanzierungsgarantie in den Mund genommen habe. Das sei ein Novum für Österreich. Die gebe es in Deutschland vonseiten des Bundesverfassungsgerichts. Er sage eben, dass der Gesetzgeber innerhalb der genannten First, die der Vorsitzende schon angeführt hat, für eine adäquate Finanzierung zu sorgen hat, in die grundsätzlich alle potenziellen Nutzerinnen und Nutzer einbezogen werden und von der nicht manche ausgenommen sind. Weil derzeit manche ausgenommen sind, sei es eben verfassungswidrig gewesen.

Der VORSITZENDE teilt mit, dass man überlegt habe, ob man als Publikumsrat oder zumindest er als Vorsitzender – man habe da ja keine Sitzung gehabt – dazu irgendwie Stellung nehmen soll. Man habe dann darauf verzichtet, Die Stellungnahme des ORF habe man zugesandt. Jedenfalls finde sie sich auch auf dem Webportal. Auch die Stellungnahme der Medienministerin sei auf dem Portal abrufbar.

Man schaue einmal, wie sich das weiter entwickeln werde. Seiner Ansicht nach sei die Vorjudikatur in den Verfahren, die die Zusammensetzung des Publikumsrats betreffen, eindeutig. Der Ausgang der Verfassungsklage vom Land Burgenland sei sicherlich offener. Es sei schwieriger einzuschätzen, was da Argumente sein könnten. Der Verfassungsgerichtshof entscheide ja manchmal gar nicht in der Sache, sondern eher an einer Nebenfront, von der aus man das Gesetz aber genauso angreifen kann.

LUSSER ergänzt, dass sich die Verfassungsklage hauptsächlich auf einen Vergleich mit Deutschland und der Politikferne des Rundfunkrats beziehungsweise des Fernsehrats dort stützt. Das werde mit Österreich verglichen. Das sei jedoch nicht ganz vergleichbar, weil dem Gremium in Deutschland anders als in Österreich innerhalb der öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter auch Aufgaben zukommen, die in Österreich bei der KommAustria liegen. Die Auftragsvorprüfung beispielsweise werde in Österreich von der KommAustria durchgeführt und in Deutschland durch diese Gremien, den Fernsehrat und den Rundfunkrat. Da würden also Dinge miteinander verglichen, die so nach rechtlicher Einschätzung des ORF nicht vergleichbar seien. Die Sache könne also so oder auch anders ausgehen.

Der VORSITZENDE berichtet weiters darüber, dass es seit der letzten Sitzung des Publikumsrats ein 3sat-Treffen mit den Vertretern von ARD, ZDF und SRG in Zürich gegeben habe. Die Kollegin von der ARD habe dieses Treffen in ihrer Funktion nur wenige Wochen überlebt und sei mittlerweile zurückgetreten. Das hätten wahrschein-

lich alle in den Medien mitverfolgt. Es gehe um den Skandal rund um die ARD-Generaldirektorin. (LUSSER: rbb.) Sie sei in der ARD-Funktion gewesen, die ARD sei jedoch ein Konstrukt aus den verschiedenen Landesorganisationen, die sich in der Vorsitzführung im jährlichen oder zweijährlichen Turnus abwechseln würden. Irgendwie sei beim Gremientreffen unterschwellig schon herausgekommen, dass es da ein spezifisches rbb-Problem gibt. Das hätten die anderen Gremien schon deutlich gemacht.

Interessant beim Austausch sei gewesen, dass viele Themen eigentlich alle deutschsprachigen Sender in gleicher Weise betreffen. Manche seien in manchen Bereichen schon einen Schritt weiter. Die Deutschen hätten beispielsweise schon ein neues Finanzierungsmodell auf die Beine gestellt. Das sei dort auch mit Schwierigkeiten verbunden gewesen, weil dort jedes Land zustimmen muss. Die Schweizer stünden wieder vor einer Volksabstimmung, die nächstes oder eher erst übernächstes Jahr stattfinden werde und die Halbierung der dortigen Gebühren, die höher als in Österreich seien, zum Ziel hat. Die derzeitige Höhe der Gebühren sei wahrscheinlich schwieriger zu verteidigen als die Existenz des Senders insgesamt, die vor drei, vier Jahren in einer Volksabstimmung zur Disposition gestanden ist. Die Abstimmung sei damals für die SRG positiv ausgefallen. An dieser Front gebe es Legitimationsthemen, die nicht nur auf den deutschsprachigen Raum beschränkt seien. Es gebe Entwicklungen bei der BBC, es gebe eine Änderung in Frankreich, bei der es um die Budgetfinanzierung gegangen ist, und so weiter.

Er verbinde das nunmehr gleich mit dem Bericht aus dem Präsidialausschuss. Auch dort habe man sich mit diesen Fragen auseinandergesetzt. Man habe festgestellt, dass diese Legitimationsfragen alle sehr eng miteinander zusammenhängen. Da gehe es einerseits um die Finanzierung, da gehe es um Compliance-Themen, aber natürlich gehe es auch um das Programmangebot, da gehe es um die Art der Berichterstattung, da gehe es um den Umgang mit speziellen Zielgruppen. Erwähnt worden sei da beispielsweise der Zugang für behinderte Menschen. Das sei also ein größeres Konglomerat, und man habe da auch vereinbart, dass man sich in einem Sonderformat, einer gemeinsamen Ausschusssitzung von Qualitätsausschuss und unternehmenspolitischen Ausschuss extra diesen Fragen widmen werde.

Außerdem sei angeregt worden, sich zu überlegen, wie man als Publikumsrat da beispielsweise durch Veranstaltungen in den Ländern selbst etwas beitragen könnte. Da stehe man allerdings erst am Anfang der Überlegungen.

Zu den Themenschwerpunkten der nächsten Sitzungen: Bei der nächsten Sitzung werde man das Thema „Aufgabe und Rolle des ORF als Auftraggeber kreativer Produktion“ behandeln. Das sei ein Thema, das mit dem Schwerpunkt dieser Sitzung ein bisschen verwandt sei, aber spezifisch die Kooperationspartner des ORF adressiere. Da werde man sicherlich wieder externe Persönlichkeiten zur Sitzung einladen. Er bitte alle, die da an der Vorbereitung mitwirken wollten, sich bei ihm zu melden. Baumgartner habe sich mehr oder weniger freiwillig bereiterklärt, dabei mitzumachen. Das sei naheliegend, weil es schließlich um den Kulturbereich im weitesten Sinne gehe, zwar weniger um die bildende Kunst, sondern eher um Filmschaffende und vielleicht auch Musik. Da müsse man sich wahrscheinlich noch genauer anschauen, worauf man den Fokus bei der Sitzung legen werde. Vielleicht könne sich auch die Wirtschaftskammer beteiligen, deren Fachverband diese Gruppen vertrete.

(ZIMMER verlässt die Sitzung.)

Das werde vielleicht eher wieder in die Richtung gehen, wie man das schon gehabt habe, dass man also vielleicht zwei, drei Vertreter der wichtigsten Stakeholder zur

Sitzung einlade und sich einmal mit deren Perspektive auseinandersetze. Danmayr habe bei der Sitzung berichtet, dass sie da schon einen Termin mit Musikproduzenten gehabt hätten.

DANMAYR teilt mit, dass sie und Stolba einen Termin mit der Fachvertretung Film in der Wirtschaftskammer gehabt hätten. Die hätten ihre eigene Sitzung vorbereitet und dazu ein bisschen Know-how-Transfer aus dem ORF haben wollen. Sie hätten nach einer Richtlinie für die Filmarbeitgeber und -arbeitgeberinnen im Kontext sexueller Übergriffe und des Umgangs damit als Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen gesucht. Man habe also ein ganz spezielles Thema erörtert, zu dem sie sich auch mit der Gleichbehandlungsstelle im ORF darüber austauschen hätten wollen, was da mach- und handelbar sei. Arbeitsrechtlich besonders schwierig sei auch, dass es sich dabei immer um befristete Arbeitsverträge handelt. Daher gebe es da jetzt einen Kontakt. Es sei der Vorsitzende des Fachverbandes gewesen; der Zweite habe nicht dabei sein können. Die würden sicherlich gerne an dieser Sitzung des Publikumsrats teilnehmen. Das sei lediglich eine Frage der Terminabstimmung.

BAUMGARTNER meint, dass man, wenn es um den ORF als Auftraggeber gehe, jemanden von der IG Kultur miteinbinden könnte und vielleicht auch direkt Betroffene, die in diesem Bereich tätig seien und darüber berichten könnten, wie es ihnen ergeht, wenn sie vom ORF Aufträge bekommen. Solche Berichte aus der Praxis könnten sehr spannend werden. Das sei allerdings nur ein Bereich, denn Kreativwirtschaft umfasse viel mehr bis hin zum Design.

Der VORSITZENDE sagt, dass man da auch aufpassen müsse. Man könne maximal zwei bis drei Externe einladen, sonst würde das ausufern. Wahrscheinlich werde man sich auf die Bereiche konzentrieren, die den Schwerpunkt bilden, und das sei seiner Meinung nach wohl die Filmproduktion.

In den nächsten Wochen werde die Publikumsratsstudie ins Feld gehen. Kratschmar wisse da mehr und werde darüber vielleicht noch berichten. Es gehe um die Umfrage zum Thema „Europa – Sicherheit – Wirtschaft“. Im Frühjahr werde dann die europäische Integration Schwerpunktthema sein. Man habe im Publikumsrat keinen speziellen Vertreter für dieses Thema. Er bitte auch da um Rückmeldungen, wer sich bei diesem Thema ein bisschen stärker engagieren wolle. Er sehe, dass Siffert da interessiert sei, und nehme an, dass die Wirtschaftskammer auch ein Interesse an dem Thema haben werde. Bei der Arbeiterkammer könnte er sich das auch vorstellen.

STOLBA ersucht darum, wenn möglich die Sitzungen für das Jahr 2023 schon ein bisschen voranzuplanen.

Der VORISTZENDE kündigt an, dass es wieder einen Sitzungsfahrplan geben werde. Man warte jedoch zunächst immer auf den Sitzungsfahrplan des Stiftungsrats. Der werde sicherlich in nächster Zeit vorliegen. Dann werde es wieder einen Jahres-sitzungsplan geben.

Bei den Rückmeldungen an den Publikumsrat sei lange Zeit Corona das vordringlichste Thema gewesen. Zurzeit gehe es eher um die Bundespräsidentenwahl, die Diskussionen und Interviews mit den Kandidaten. Dazu gebe es durchaus auch kritische Rückmeldungen. Man habe sich vorgenommen, die dabei aufgeworfenen Fragen bei der Erörterung der Legitimationsfrage zu berücksichtigen. In Wahlzeiten seien natürlich alle besonders sensibel. Da komme dem ORF natürlich eine besondere Rolle zu.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 5.2 der Tagesordnung „KONSUMENTENAUSSCHUSS: BERICHT ÜBER DIE SITZUNG VOM 24.6.2022“ ein. Da habe man die besondere Situation, dass Ladstätter, der die Sitzung bravourös geleitet habe, wegen einer größeren Protestaktion der Behindertenverbände nicht anwesend sein kann. Da seine Stellvertreterin an der Sitzung krankheitshalber nicht teilnehmen habe können, wolle er Lusser bitten, über die Sitzung zu berichten. – Der schriftliche Bericht liegt vor.

LUSSER kündigt an, dass er sich sehr kurzfassen werde. An der Sitzung hätten drei Mitglieder und ein Nicht-Mitglied des Ausschusses teilgenommen. Einer der Teilnehmer sei jetzt nicht mehr Mitglied des Publikumsrats. Daher ergehe der Appell, sich die Sitzungstermine rechtzeitig einzutragen und sie dann auch wahrzunehmen.

Schwerpunkt der Sitzung sei die Vorstellung des ORF-Kundendienstes gewesen. Frau Mag. Bettina PARSchALK, die Leiterin des Kundendienstes, habe den Kundendienst vorgestellt. Sie betrachte den Kundendienst als Bindeglied zwischen Publikum und Unternehmen. Es gebe ihn seit 1967, 1968, allerdings habe er sich seither enorm erweitert. Zuletzt habe die Digitalisierung auch in die Kundenkommunikation Einzug gehalten. Die Tochterfirma, die sich damit befasst, heiße ORF-KONTAKT.

Die Hauptaufgaben seien das klassische Publikumsservice, aber auch ein Technik-Support. Auf den Technik-Support sei sie sehr stolz. Das seien oft nur Kleinigkeiten, aber oft auch längere Gespräche. Die Probleme könnten fast zu 100 % am Telefon gelöst werden. Das Spektrum der Tätigkeiten habe sich um ein Community-Management erweitert. Es gebe natürlich die Telefonvermittlung. Nicht alles gehöre zum Generaldirektor, sondern das werde dann im Haus verteilt. Einen großen Teil der Arbeit nehme das Subscriber-Management und die Abo-Verwaltung in Anspruch. Bei der ORF Digital Satellitenplattform seien 1,8 Millionen Haushalte registriert und würden betreut werden. Es würden jährlich einige hunderttausend Sat-Karten gewechselt.

In der Diskussion sei die Frage gestellt worden, was die größten Systemumstellungen sind. Da habe Parschalk geantwortet, dass dies die Vorbereitung auf das cardlose System ist, das irgendwann einmal kommen wird. Da werde es dann keine Karten mehr geben, die einzustecken sind, sondern eine Hardwarelösung, die dann softwaremäßig freigeschaltet werden wird. Weiters sei ein ORF-Chat entwickelt worden, der sich jedoch von den Chats unterscheide, die man sonst eher fürchte. Es sei kein Chatbot, sondern es sitze dort nach wie vor ein Mensch, der im Hintergrund agiere.

Auf die Frage, ob es auch ein Angebot für Nicht-Deutschsprachige gebe, habe Parschalk geantwortet, dass sich in der Abteilung – in Spitzenzeiten seien es bis zu 100 Mitarbeiter – bei schriftlichen Anfragen in anderen Sprachen immer jemand finde, der der entsprechenden Sprache mächtig ist und sie beantworten kann.

Sie habe auch die Kontakte aufgelistet: 65 % der Kontakte seien Fragen, wo man vom ORF etwas wissen wolle. 25 % seien als Feedback zu sehen; da gebe es Stellungnahmen, die einen ORF-Bezug hätten. Das gehe dann an die Redaktionen. 10 % seien völlig unabhängig vom ORF. Die würden zur Kenntnis genommen.

Kratschmar sei anwesend gewesen und habe sich für die sehr fundierte Darstellung und die professionelle Arbeit in dem Bereich bedankt. Ein Thema sei Krisensicherheit und Cyber-Attacken gewesen. Zum Thema Beschwerden habe Parschalk gesagt, dass die auf jeden Fall weitergegeben würden, und zwar an den Publikumsrat. Wenn dann der Publikumsrat ein standardisiertes Formular benutzen werde – auch das werde in dieser Sitzung noch Thema sein – könne man dort darauf verweisen. Man solle dazu im Austausch bleiben.

Habermann habe gefragt, wie groß das Team sei.

Es sei avisiert worden, dass in der nächsten Sitzung der ORF-Etappenplan Barrierefreiheit Thema sein werde. Die im Haus dafür Verantwortlichen seien gebeten worden, dort den Etappenplan darzustellen.

Das Ganze könne man auch in einer 14-seitigen Präsentation von Parschalk auf dem Webportal des Publikumsrats finden.– Damit sei er am Ende seines Berichts.

Der VORSITZENDE dankt Lusser für dessen Bericht.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 5.3 der Tagesordnung „AUSSCHUSS FÜR UNTERNEHMENS- UND MEDIENPOLITIK: BERICHT ÜBER DIE SITZUNG VOM 21.9.2022“ ein.

Der Vorsitzende des Ausschusses für Unternehmens- und Medienpolitik BAUMGARTNER berichtet über die Sitzung vom 21.9.2022; der schriftliche Bericht liegt vor.

Man sei bei der Ausschusssitzung fast vollzählig gewesen. Man habe sich in dieser ersten Sitzung damit beschäftigt, welchen Stellenwert der Publikumsrat im ORF habe, wie er wahrgenommen werde und wie sichtbar er sei. Dazu habe man eine sehr spannende Diskussion mit der Programmdirektorin gehabt, die ihnen da dankenswerterweise Rede und Antwort gestanden sei. Man habe festgestellt, dass es da noch Handlungsbedarf gebe, um den Publikumsrat besser sichtbar zu machen. Dabei gehe es um die inhaltlichen Positionen, die Empfehlungen, die der Publikumsrat in seiner Funktionsperiode erarbeitet. Zum anderen gehe es um die Personen.

Dazu seien unterschiedliche Vorschläge gekommen. Man habe früher Personen aus dem Publikumsrat in der „ORF nachlese“ vorgestellt. Es habe die Idee zu einer Bundesländertour gegeben. Der Publikumsrat könnte in bestimmten Sendeformaten der Bundesländer vertreten sein. Es gebe ein vielseitiges Protokoll, in dem man das nachlesen könne.

Es sei auch darum gegangen, wie das Unternehmen die Persönlichkeiten des Publikumsrats besser nutzen könnte. Es sei also um bessere Einbindung, besseres Sichtbarmachen gegangen und darum, dass die Arbeit des Publikumsrats im eigenen Unternehmen kommuniziert wird.

Im zweiten TO-Punkt sei es dann um die Analyse gegangen, in welchen Vereinen der ORF Mitglied ist. Das sei ein sehr spannendes Thema gewesen, zu dem er eine sehr große Bildungslücke gehabt habe. Er habe gar nicht gewusst, in welchen Vereinen und Beiräten der ORF Mitglied ist. Man sei dann die Vereine und Beiräte durchgegangen. Lusser habe ihnen da eine Expertise unterbreitet. Damit habe man dann ein gutes Fundament gehabt, um darüber zu diskutieren. Fazit dieser Diskussion sei einfach Transparenz gewesen. Man habe empfohlen, diese Vereine und Beiräte in Big Pictures auf der Unternehmensseite sichtbar zu machen, sodass auch das Publikum die Möglichkeit hat, zu wissen, wo der ORF Mitglied ist.

Im dritten und letzten TO-Punkt habe man dann besprochen, welche Beiräte es im ORF gibt und wie die Bereichsverantwortlichen im ORF-Publikumsrat da mit eingebunden sind. Ihnen sei in dieser Diskussion wichtig gewesen, dass es da eine Verschränkung gibt, dass also beispielsweise der Verantwortliche, der im Publikumsrat für die Gesundheit verantwortlich ist, da Informationen bekommt. Der Wunsch im

Ausschuss sei gewesen, dass Betroffene beziehungsweise Verantwortliche aus dem Publikumsrat da auch mit eingeladen werden.

Das vielleicht in aller Kürze. Er habe jetzt sicherlich auch vieles vergessen. Man könne das jedoch ganz genau auf 21 Seiten nachlesen. Er stehe auch für Nachfragen gerne zur Verfügung.

Der VORSITZENDE merkt an, dass der Ausschuss ganz konkrete Empfehlungen gegeben habe. Er würde sagen, dass man die auch seitens des Plenums weitergeben sollte. Die eine Empfehlung sei gewesen, dass auf der Unternehmensseite des ORF auch die Mitgliedschaften in Vereinen und Institutionen veröffentlicht werden. Das seien manchmal Fachgesellschaften, aber es gebe auch andere Bereiche, wo das nicht so klar sei. Klarerweise sei der ORF Mitglied der Europäischen Broadcasting Union, das sei recht natürlich. „Licht ins Dunkel“ etwa sei jedoch schon ein spezifisches Projekt. Die zweite Empfehlung sei gewesen, dass in die fachspezifischen Beiräte des ORF – soweit er wisse, gebe es da den Kulturbeirat und den Gesundheitsbeirat – die Vertreter des Publikumsrats, die für diese Bereiche nominiert sind, eingebunden werden.

Er wolle diese beiden Punkte als Empfehlung zur Diskussion und zur Abstimmung stellen. – Da es keine Wortmeldungen dazu und auch keine Gegenstimmen oder Enthaltungen gibt, sei das nunmehr eine einstimmige Empfehlung des Publikumsrats.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 5.4 der Tagesordnung „FINANZAUSSCHUSS: BERICHT ÜBER DIE SITZUNG VOM 27.9.2022“ ein.

Der Vorsitzende des Finanzausschusses MEYER berichtet über die Sitzung vom 27.9.2022; der schriftliche Bericht wird nachgereicht.

Die Sitzung des Finanzausschusses habe am Vormittag des Vortages mit kleiner, aber feiner Beteiligung stattgefunden. Die Kaufmännische Direktorin Eva Schindlauer habe ihnen in einer bewundernswert konstruktiven Art und Weise Auskunft zur wirtschaftlichen Lage und Situation des ORF gegeben, die man dann entsprechend diskutiert habe.

Kurz zusammengefasst: Die Situation 2022 sei, wie der Generaldirektor schon angesprochen habe, blass positiv. Der Abschluss Q 2 sei positiv gewesen. Der Forecast für das gesamte Jahr sei im Moment noch leicht im Minus, werde sich aber wohl ins Positive wenden. Da seien dem ORF vor allem die Werbeeinnahmen zugutegekommen, die konstant geblieben seien beziehungsweise sich sogar leicht verbessert hätten im Vergleich zur Prognose. Das sei trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen so, die ja im Moment alle treffen, trotz der steigenden Energiekosten, der Inflation uns so weiter.

Man habe auch einen Ausblick auf 2023 bekommen. Da habe sich eine durchaus dramatische Situation gezeigt. Er hoffe da sehr – Marschitz habe ihm da vorhin die Pointe leider schon weggenommen –, dass der Generaldirektor und hoffentlich auch seine Kaufmännische Direktorin zaubern könnten. Es herrschten wie für die meisten Unternehmen und Organisationen in diesem Land und darüber hinaus wirtschaftliche Rahmenbedingungen mit einer Vervielfachung der Inflation und einer Versechsfachung der Energiekosten. Die GIS-Einnahmen seien zwar 2023 noch gegeben, aber sinkend und die Einnahmen aus der Werbung seien noch ungewiss. Wie sich die

Werbewirtschaft in einem solchen wirtschaftlichen Klima verhalten wird, sei vorsichtig formuliert nicht prognostizierbar.

Umso besser sei es natürlich, zu vernehmen, dass das Management des ORF und insbesondere die Kaufmännische Direktion bereits entsprechende Maßnahmen eingeleitet haben, die in unterschiedlichen Bereichen des Personalmanagements gesetzt werden. Die in Bereichen des Sozialkapitals liegen. Da gehe es um eine gezielte Nachbesetzungspolitik. Man versuche soziale Kosten zumindest einmal zu reduzieren, zu schauen, was man bei Urlaubsrückstellungen irgendwie einsparen könne. Insbesondere der Bereich des Performancemanagements sei vielversprechend, der sich ein Stück weit in Richtung einer stärkeren KPI-Steuerung verschiedener Programme bewegen werde. Es seien also bereits einige Schritte gesetzt worden, die die Lücke 2023 deutlich reduzieren würden. Es sei jedoch immer noch eine deutliche Lücke.

Man habe im Ausschuss natürlich auch die alternativen künftigen Finanzierungsmodelle kurz andiskutiert, aber dazu sei in dieser Sitzung ohnedies bereits einiges gesagt worden und mehr sei dazu aus dem Finanzausschuss auch nicht zu berichten. – Danke vielmals.

MARSCHITZ meint, dass er aus mittlerweile achtjähriger Erfahrung in diesem Gremium wisse, dass es zu diesem Zeitpunkt immer noch eine Finanzierungslücke gegeben habe, weil das Budget immer erst Ende November beschlossen werde. Nunmehr würden die hausinternen Bemühungen starten, bis zur Beschlussfassung ein ausgeglichenes Budget mit einem Nullergebnis zustande zu bringen. Es sei jedoch sicherlich so, dass es schon Zeiten gegeben hat, in denen das leichter gewesen ist. Zurzeit sei das eben schwieriger.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 5.5 der Tagesordnung „PROGRAMMAUSSCHUSS: BERICHT ÜBER DIE SITZUNG VOM 27.9.2022“ ein.

Der Vorsitzende des Programmausschusses KRATSCHMAR berichtet über die Sitzung vom 27.9.2022; der schriftliche Bericht wird nachgereicht.

Er könne es kurz machen, weil man mit der Programmdirektorin die wesentlichen Programmvorhaben für die nächsten Monate und Werkstattprojekte diskutiert habe. Die seien heute schon in den Präsentationen zur Unterhaltung angesprochen worden. Es sei jedenfalls erfreulich, dass sich auch die Programmdirektorin den Grundsatz zu eigen gemacht habe, dass man für das Programm spare und nicht am Programm. Das sei ganz wesentlich für das Publikum. Wesentlich sei auch die Nachricht, dass die mehrfach angekündigte Nachhaltigkeits-Show nicht stattfinden werde. Es habe inzwischen bei den Planungen einmal eine Konzeptänderung gegeben und dann ein fertiges Konzept. Aufgrund der aktuellen Entwicklung sei das jedoch nicht umgesetzt worden. Das habe ihnen die Programmdirektorin berichtet.

In der Sitzung sei auch kurz das Thema Innovationen angesprochen worden. Es solle eine neue Innovationsleistung geben so wie früher die „Donnerstagnacht“. Die sei für Dienstag in Planung. Dort solle sich die neue Generation ausprobieren, habe ihnen die Programmdirektorin gesagt. Man wolle damit auch ein bisschen das Missing Link zu Onlineformaten entwickeln.

In der nachfolgenden Diskussion sei dann das Thema Diskussionssendungen aufkommen. Riedl habe das angesprochen, auch Danmayr im Rahmen der Flottenstra-

tegie. Da es einen Evolutionsprozess der Diskussionssendungen gebe, werde man das in einem der nächsten Programmausschüsse, idealerweise dann im November auf die Tagesordnung setzen. Diskussionssendungen seien aus öffentlich-rechtlicher Sicht ein ganz wichtiges Format und noch dazu kostengünstig. Das spreche beides dafür, sich dazu ein bisschen mehr zu überlegen.

Den zweiten TO-Punkt habe man dann einem historischen Erfolg des Publikumsrats gewidmet, nämlich dem neuen Volksgruppenmagazin „Wir“ auf ORF III. Das habe der neue Generaldirektor Weißmann sehr rasch möglich gemacht. Das sei eine seiner ersten Programmentscheidungen gewesen. Großer Dank gebühre da jedoch auch dem Vertreter der Volksgruppen im Publikumsrat, Josef Buranits, der sich sehr dafür eingesetzt habe.

Die Sendung sei am 9. September gestartet und werde von der Volksgruppenredaktion des ORF Burgenland gemeinsam mit der slowenischen Redaktion von ORF Kärnten produziert. Der Sendungstermin sei Sonntag, 8.45 Uhr, etwas ungünstig für Leute, die in die Kirche gehen wollen. Man könne sie sich dann natürlich in der TVthek anschauen. Ihnen habe die Leiterin der Volksgruppenredaktion des ORF, Dorottya Kelemen, einen Einblick in die Produktion einer Sendung in sieben Sprachen gegeben. Ein ganz wichtiger Faktor sei natürlich die deutsche Untertitelung. Das könne also dann wirklich jeder nachvollziehen. Es sei eine infotainmentartige Sendung, die aktuelle Volksgruppenthemen, aber eben auch Kulturveranstaltungen abdecke. Auch die Volksgruppenseite werde überarbeitet und das Angebot verbessert werden.

Man habe dann im Lauf der Diskussion ein paar Wünsche formuliert. Zur Frage des Sendeplatzes wäre es natürlich günstig, wenn es da zu einem anderen Zeitpunkt eine Wiederholung geben würde, sodass die Sendung auch am Nachmittag sichtbar wäre. Ein weiteres Anliegen sei gewesen, dass man Volksgruppen zum Beispiel auch im neuen Europaformat thematisieren sollte. Man sollte die Sendung auf ORF III stärker bewerben, weil sie auch über die Volksgruppen hinaus relevant sei.

Er schließe seinen Bericht mit der Information, dass die heurige Jahresumfrage des Publikumsrats zum Thema „Europa – Sicherheit – Wirtschaft“ nach der Bundespräsidentenwahl ins Feld gehe. Das sei aus Sicht der Meinungsforschung ratsam. Er danke allen Mitgliedern der Arbeitsgruppe, die das mit vorbereitet haben. Die Umfrage werde ihnen einen ganz guten Ein- und Überblick geben, wie das Publikum die Berichterstattung wahrnimmt und wo Entwicklungspotenziale sind. Damit schließe er seinen Bericht und übergebe an Buranits. – Danke.

BURANITS freut besonders, dass es wirklich zu dieser 30-minütigen Volksgruppensendung jede zweite Woche gekommen sei. Der Publikumsrat habe das schon länger gefordert und auch die Volksgruppenvertretungen in den Volksgruppenbeiräten. Das sei sehr erfreulich. Man habe eine Präsentation in Eisenstadt gehabt, und die Sendung werde von den Volksgruppenvertretern sehr positiv angenommen. Damit sei ein Vorschlag des Publikumsrats konkret umgesetzt worden. Es sei wirklich öffentlich-rechtlicher Content und es biete auch Regionalität. Was man dort sehen könne, sei aktuelle Berichterstattung genau aus den Volksgruppenbereichen der Regionen. Es sei wirklich neu und innovativ, sechs Volksgruppensprachen plus die Mehrheitssprache Deutsch in der gesamten Sendung zu integrieren. Das heiße, dass die Sendung auch für die Mehrheitsbevölkerung eine tolle Sendung sei, in der man endlich einmal etwas über die Volksgruppen erfahren könne. Einige Beiträge seien auf Deutsch, einige Beiträge seien in einer Volksgruppensprache und die Moderation sei auf Deutsch. Deutsch sei also das verbindende Element. Man könne über den

Teletext die Untertitelung ein- und ausschalten. Das sei für sie besonders wichtig. Das sei endlich ein Format, das österreichweit gesendet wird und auch von der Mehrheitsbevölkerung angeschaut werden kann. Das Publikum von ORF III sei besonders kulturinteressiert und interessiere sich auch sehr dafür.

Sein besonderer Dank gelte dem Generaldirektor Weißmann, der sich wirklich darum gekümmert hat, dass die Sendung gekommen und auch so schnell umgesetzt worden ist. Das markiere wirklich eine Veränderung im Denken des neuen Direktoriums. Das bedinge natürlich, dass die Volksgruppenredaktionen mit den erforderlichen Mitteln ausgestattet werden. Dem Landesdirektor Herics und der Programmdirektorin Groiss Horowitz sei ebenfalls zu danken und natürlich auch Geschäftsführer Schöber für den Sendeplatz in ORF III.

Man habe einen guten Start gehabt. Es brauche aber wirklich mehr Werbung dafür. Er plädiere dafür, dass man in ORF III, aber auch in anderen Kanälen diese Sendung bewirbt, denn der Sendezeitpunkt ist nicht unbedingt so, dass man drüberstolpert. Nichtsdestotrotz sei das ein guter Beginn. Leider gebe es keine Wiederholungen. Da könne man vielleicht noch etwas anpassen. Die Sendung sei leider wie alle anderen Sendungen auch nur sieben Tage verfügbar. Da gebe es also einiges, was man da noch machen könnte.

Die Präsentation in Eisenstadt sei gut gelungen. Er hoffe, dass diese Sendung Anreiz sei, die Volksgruppen als Brückenkopf in der Europadiskussion zu sehen und dass sie auch im neuen Format „Fokus Europa“ vorkommen. So könnte man das Verbindende zu den Nachbarländern in den Vordergrund stellen.

Es sei ein historischer Erfolg für die Volksgruppen nach jahrelangem Stillstand bei der Programmerweiterung, obwohl andere Programmbereiche erweitert worden seien. SPORT+ und ORF III seien gekommen, aber für die Volksgruppen sei leider nicht viel drinnen gewesen.

Er erwarte sich, dass die Volksgruppenthemen in der Transformation des ORF und mit den neuen Möglichkeiten, die sich dann dort bieten, berücksichtigt werden. Vor allem wolle er sich aber bedanken, dass das jetzt so schnell und so gut funktioniert hat. (*Beifall.*)

Der VORSITZENDE dankt und gratuliert der Volksgruppenvertretung. Auch die Vorgänger von Buranits als Volksgruppenvertreter hätten eine solche Sendung immer wieder erfolglos moniert. In den letzten acht Jahren habe man dazu sicherlich acht Resolutionen beschlossen. Bei den Beratungen über die Programmschemata sei das jedes Mal Thema gewesen. Manchmal müsse man eben harte Bretter lange bohren, bis man zu einem Erfolg komme. Er finde es sehr wichtig, dass das noch im analogen, linearen Zeitalter verwirklicht wird. Das biete sich dann natürlich an für ein Volksgruppenportal. Wenn da schon einmal etwas da sei, sei das gleich eine ganz andere Startbasis.

Der VORSITZENDE tritt in

Punkt 5.6 der Tagesordnung „**BESCHWERDEAUSSCHUSS: BERICHT ÜBER DIE SITZUNG VOM 27.9.2022**“ ein.

Der Vorsitzende des Programmausschusses WIESINGER berichtet über die Sitzung vom 27.9.2022; der schriftliche Bericht wird nachgereicht.

Man habe erst am Vortag die Sitzung abgehalten und sich mit 13 Beschwerden auseinandergesetzt. Das sei durchaus eine erhebliche Zahl. Zwei Beschwerden habe

man inhaltlich stattgegeben, wobei man dazu sagen müsse, dass die Redaktionen da selbst gesagt hätten, dass da Fehler passiert sind. Sie hätten auch versucht, in der danach folgenden Berichterstattung einen Ausgleich dafür zu schaffen.

Die übrigen Beschwerden seien entweder zurück- oder abgewiesen worden, wobei einige Beschwerden formal keine Beschwerden gewesen seien, sondern nur Ersuchen, etwas in Zukunft entsprechend zu berücksichtigen beziehungsweise darüber zu diskutieren. Man habe die Fälle inhaltlich in einer sehr konstruktiven Art und Weise behandelt, und die Diskussion dazu sei sehr gut gewesen. Man versuche im Beschwerdeausschuss den Kern der Beschwerden der Beschwerdeführer herauszudestillieren und klar herauszuarbeiten, was man vielleicht in Zukunft in der redaktionellen Berichterstattung besser machen könnte. Dieser Modus bewähre sich, nicht formal von einem Beschwerdeforum verurteilt zu werden, sondern stattdessen in eine konstruktive Diskussion einzusteigen. Er sei überzeugt davon, dass das mehr bringt.

Formal sei noch zu sagen, dass es bei zwei Beschwerden den Antrag auf Anrufung der KommAustria, der Regulierungsbehörde gegeben habe. Dafür brauche es aus dem Publikumsrat drei Unterstützerinnen oder Unterstützer. Im Ausschuss habe es die nicht gegeben, daher stelle er das auch hier im Plenum zur Diskussion. Es handle sich dabei um eine Beschwerde im Zusammenhang mit der Berichterstattung über den Ukraine-Krieg, speziell über die Zerstörung einer Kirche, die missverständlich gewesen sei. In der anderen sei es um die Verwendung spezifisch weiblicher grammatischer Formen gegangen, sei also das Gendern Thema gewesen. Man habe über beide Beschwerden mit der Redaktion diskutiert. Es habe aber niemanden gegeben, der die Anrufung der KommAustria unterstützt hätte. Daher stelle er hier noch einmal die Frage, ob es dafür Unterstützerinnen oder Unterstützer gebe. – Das sei offenbar nicht der Fall. Damit habe man den formalen Erfordernissen Genüge getan.

LUSSER erklärt, dass es drei Unterstützerinnen oder Unterstützer brauchen würde, damit im Plenum überhaupt darüber abgestimmt wird. In der Abstimmung müsste es dann noch eine Mehrheit geben.

WIESINGER meint, dass man das somit abhaken könne.

Er wolle sich explizit bei den männlichen und weiblichen Mitgliedern des Gremiums bedanken, dass man es in einer sehr konstruktiven Diskussion geschafft habe, durchaus sehr kontroverse Themen abzuhandeln. Das wolle er explizit im Protokoll festgehalten wissen.

Punkt zwei: Es gebe mittlerweile eine Maske für die digitale Beschwerde. Die sei eigentlich fertig und werde in den nächsten Tagen an alle Mitglieder des Publikumsrats versandt. Er bitte um entsprechende Rückmeldungen. Diskutieren werde man das dann noch einmal im nächsten Beschwerdeausschuss. Dann werde man das wohl in der nächsten Plenarsitzung beschließen können.

Der VORSITZENDE dankt Wiesinger für den Bericht. Wie dieser bereits gesagt habe, sehe der Publikumsrat den Beschwerdeausschuss nicht als Tribunal, sondern eigentlich als einen Beitrag zur Qualitätssicherung im ORF. So sollte man das sehen. 13 Beschwerden seien für so eine Sitzung schon relativ viel. Man werde sich da wirklich überlegen müssen, wie man das handelbar halten kann. Man sei momentan noch sehr großzügig bei der Anerkennung von kritischem Feedback als Beschwerde.

WIESINGER meint, dass der diesbezügliche Elchtest stattfinden werde, wenn digitale Beschwerden möglich sein werden. Man werde dann sehen, wie sich das Beschwerdeaufkommen dadurch entwickeln wird. Man habe versucht, es mit der Maske

einerseits leicht zu machen, gleichzeitig aber formelle Erfordernisse eingebaut, die reine Querulanten davon abhalten sollte, den Ausschuss mit sinnlosen Beschwerden zu beschäftigen. Man werde sehen, ob das so auch gelingt. Dann müsse man einfach darüber reden, wie häufig man Beschwerdeausschüsse über zulässige und gerechtfertigte Beschwerden werde abhalten müssen.

Der VORSITZENDE meint, dass man gegebenenfalls über eine Art Vorprüfungsverfahren nachdenken müsse, falls das wirklich zu umfangreich werden sollte. An sich sei diese Entwicklung ja erfreulich. Zu Beginn der letzten Funktionsperiode habe es noch sehr wenige Beschwerden gegeben. Wenn es nunmehr mehr Beschwerden gebe, sei das ja auch ein positives Zeichen und an sich gut. Man müsse das allerdings vernünftig handelbar machen. Bei manchem handle es sich auch um allgemeine Kampagnen, die in den Bereich überschwappen würden und bei denen der ORF nur ein Teil der gesamten Geschichte sei.

Der VORSITZENDE tritt in
Punkt 6 der Tagesordnung „ALLFÄLLIGES“ ein.

SIFFERT sagt, man habe in der Sitzung auch über die Landwirtschaft gesprochen. Über Landwirtschaft zu sprechen sei ganz etwas anderes als Landwirtschaft live kennenzulernen. Wenn man wisse, dass in Österreich nur knapp über 2 % der Bevölkerung Land- und Forstwirte seien, würden also nur die wenigsten hier selber Bauern kennen. Er wolle also alle im Namen der Landwirtschaftskammer Wien einladen, nach der Sitzung des Plenums im kommenden März einen Ausflug zu einem Wiener Gärtnereibetrieb zu machen und anschließend auch noch zu einem Weinbaubetrieb, der auch einen Heurigen führe. Die Details dazu werde er noch schriftlich bekanntgeben. Nach der Sitzung werde jedenfalls ein Bus vor dem Haus warten, man werde zum Gärtnereibetrieb fahren und im Anschluss daran den Weinbaubetrieb kennenlernen und dort die Möglichkeit haben, mit den Bauern und Bäuerinnen zu sprechen. Er hoffe, es würden recht viele daran teilnehmen. – Danke schön. (*Beifall.*)

Vor ihnen würde auf dem Tisch ein Kugelschreiber mit der Aufschrift „antibakteriell“ liegen. Dazu wolle er fragen, was ein antibakterieller Kugelschreiber sei.

Der VORSITZENDE meint, dass ihm das bislang noch nicht aufgefallen wäre. Man werde das in Erfahrung bringen. Das Gremienbüro werde sich bei der Logistik des Hauses schlau machen.

Er danke Siffert vielmals für das Angebot. Das sei in der letzten Funktionsperiode einer der Höhepunkte der gemeinsamen Arbeit gewesen, weil das die Möglichkeit geboten habe, einmal gemütlich zusammensitzen. Es freue sie sehr, dass Siffert das in dieser Funktionsperiode wieder ermögliche.

Bei der nächsten Sitzung werde das Rahmenprogramm eine Führung durch den Mediacampus beziehungsweise insbesondere durch den neuen Newsroom sein. Auch das werde im Anschluss an die Sitzung organisiert werden.

Wenn es keine weiteren Wortmeldungen zu diesem Tagesordnungspunkt mehr gebe – er sehe, dass das nicht der Fall ist – danke er allen recht herzlich fürs Kommen und fürs Mitdiskutieren. Er wünsche allen noch ein paar schöne Wochen, bevor man sich in diesem Jahr noch einmal hier treffen werde. – Danke schön. (*Beifall.*)

Mit diesen Worten schließt der Vorsitzende die Sitzung.

Schluss der Sitzung: 13.50 Uhr

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. Lusser', written over the text 'f.d.R.'.

f.d.R.

Dr. Josef Lusser

Anhang: Beschlussprotokoll

TO-Punkt 4:

Der Antrag,

dass Siffert, der neue Vertreter der Landwirtschaftskammer auf die Sitze in den Ausschüssen nachrückt, die sein Vorgänger innegehabt hat,

wird einstimmig angenommen Seite 38

Der Antrag,

dass Plenumssitzungen des Publikumsrats grundsätzlich in physischer Präsenz abgehalten werden, sofern nicht außergewöhnliche Verhältnisse herrschen, es in Ausnahmefällen die Möglichkeit zur virtuellen Sitzungsteilnahme gibt, jedoch grundsätzlich nur durch die Vertretungen vor Ort abgestimmt werden kann sowie dass es den Ausschussvorsitzenden obliegt, diesbezügliche Festlegungen für die jeweiligen Ausschüsse zu treffen,

wird einstimmig angenommen Seite 38

TO-Punkt 5.3:

Die Empfehlungen,

dass auf der Unternehmensseite des ORF die Mitgliedschaften in Vereinen und Institutionen veröffentlicht werden sowie
dass die Vertreter des Publikumsrats, die für die entsprechenden Bereiche nominiert sind, in die fachspezifischen Beiräte des ORF eingebunden werden,

wird einstimmig angenommen Seite 45