



ber österreichischer Filme und Serien, Stimme der österreichischen Regionen und der Volksgruppen, Träger von humanitären Initiativen, Barrierefreiheit uvm. erzeugt der ORF als Institution gesellschaftlichen ‚Public Value‘.“

„Der ORF ist dabei frei von wirtschaftlichen, verlegerischen oder politischen Interessen“, so der ORF in seiner Eigendefinition. ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz dazu: „Wir sind der Treiber des österreichischen Medienmarkts und haben eine Verantwortung für die Weiterentwicklung des Medienstandorts.“

Finanzierung des ORF

Bei der Frage der Absicherung der Finanzierung sieht man im ORF durchaus die Notwendigkeit, das Gebührenmodell weiterzuentwickeln, vor allem aufgrund der technischen Weiterentwicklung.

Hier meint der ORF vermutlich die Problematik, dass man derzeit etwa für den Konsum der ORF-Programme via Stream keine GIS-Gebühr zu bezahlen hat.

Für den ORF selbst steht die staatsferne Festsetzung und die Absicherung der dualen Finanzierung aus Programmengeld und Werbeeinnahmen im Mit-



© APA/Georg Hochmuth

Die Forderungen der SPÖ

In Bezug auf den ORF und etwa dessen **Finanzierung** lehnt die SPÖ eine entsprechenden Posten im Bundesbudget ab. Einer Haushaltsabgabe steht man allerdings nicht gänzlich ablehnend gegenüber. Auch eine **Privatisierung** von ORF eins oder Ö3 will man nicht. Bezüglich der **Führungsstruktur** will die SPÖ das derzeitige Modell mit dem Alleingeschäftsführer und einem Stiftungsrat behalten.

Und bei der Frage der Nutzung der **digitalen Möglichkeiten** will die SPÖ dem ORF mehr Freiraum geben. Ähnlich wie die anderen Parteien fordert auch die SPÖ, **YouTube & Co** mehr zur Kasse zu bitten und Waffengleichheit mit den heimischen Playern herzustellen. Auch fordern sie, Facebook & Co den medienrechtlichen Bestimmungen, denen sich die anderen Medien unterwerfen müssen, ebenfalls unterzuordnen. Bei der **Privatsenderförderung** sieht die SPÖ derzeit keinen Reformbedarf. Eine mögliche Evaluierung sieht man aber positiv

telpunkt. Eine Budgetfinanzierung würde, nicht nur aus Sicht des ORF, die Unabhängigkeit des ORF infrage stellen.

Kein ORF-Content für Private

Auch dem Wunsch der Privaten, etwa auf das Archiv des ORF zuzugreifen, oder einen Teil der Gebühr zu bekommen, erteilt dieser eine eindeutige Absage. Der ORF dazu: „Eine Beteiligung kommerzieller Medien am Programmengeld lehnt der ORF ab, denn ‚Public Value‘ ist kein ‚Cherry-Picking‘ und mehr als das anlassbezogene Senden von Informationsformaten oder fallweises Einladen von Politikern ins Studio. „Public Value“

ist eine verlässliche mediale Infrastrukturleistung für Gesellschaft und Demokratie in den Bereichen Information, Kultur, Unterhaltung und Sport im Auftrag der Allgemeinheit, der der ORF auch zur Rechenschaft verpflichtet ist („Accountability“).

Was bringt die Zukunft?

Die Augen in die Zukunft gerichtet, möchte der ORF vor allem „die Breite des Angebots absichern“. Hier heißt es auf medianet-Anfrage: „Der ORF erreicht in Radio, Fernsehen und Online heute nahezu die gesamte österreichische Bevölkerung. Wesentliche Voraussetzung dafür ist die Publikumsorientierung und eine zielgruppengerechte Positionierung der ORF-TV- und -Radio-Sender nach dem Flottenprinzip. Diese Breite des Angebots muss abgesichert werden, damit der ORF auch weiterhin eine Plattform für alle Österreicherinnen und Österreicher sein kann.“

Mehr digitaler Spielraum

Beim Thema digitale ORF-Aktivitäten erhofft man sich eine Anpassung an die „Anforderungen des Digitalzeitalters und eine Befreiung von überkommenen Beschränkungen“, wie etwa der „7 Days Catch Up“-Regel, bei der der ORF seinen Content nur sieben Tage lang online stellen darf.

Problem Facebook & Co

Ein anderes Feld, bei dem die Privaten und der ORF in den letzten Monaten von sich aus durchaus zumindest etwas die Reihen geschlossen haben, ist die Frage, wie man mit den neuen Konkurrenten am eigenen Spielfeld umgehen soll.

Hier bekennt sich die Bundesregierung in allen Wettbewerbsbereichen zu wirksamen Maßnahmen, um ein „Level-Playing-Field“ – einen fairen Wettbewerb auf Augenhöhe – im Sinne der österreichischen Medienunternehmen zu ermöglichen.

”

Zielsetzung muss es sein, die österreichischen Medien so zu stärken, dass Österreichs Medien gegenüber der inzwischen globalen Konkurrenz gut und sicher bestehen können.

Ernst Swoboda
VÖP-GF

“

Im Regierungsprogramm heißt es dazu konkret: „Die Republik soll in diesem Zusammenhang eine Initialzündung für eine gesamteuropäische Lösung setzen, um internationalen Medienunternehmen jene Rahmenbedingungen vorzugeben, die notwendig erscheinen, um die nationalen Medienunternehmen am Markt weiterleben zu lassen.“

Angestrebt wird etwa eine nationale Lösung zu Leistungsschutz- und Urheberrechten für

”

Momentan wirkt es so, als ob dort der gesamte gordische Knoten in der Medienpolitik mit einem Fingerschnippen gelöst würde.

Gernot Blümel
warnt vor zu hohen Erwartungen

“