

”

*Die Befürchtung, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag des ORF zu uns ausgelagert wird, hat sich jedenfalls nicht bestätigt.*

**Peter Schöber**  
Geschäftsführer  
ORF III

“



© ORF/Al Schaller

**medianet:** *Apropos Kooperation. Wie ist das Verhältnis zu den anderen ORF-Sendern?*

**Schöber:** Wir sind vom ORF bewusst als eigene Tochter gegründet worden und das hat sich durchaus bewährt. Die Befürchtung, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag des ORF zu uns ausgelagert wird, hat sich jedenfalls nicht bestätigt.

**medianet:** *Und wie geht ORF III mit seiner Rolle als Spartensender um?*

**Schöber:** Wir erreichen mit durchschnittlich 750.000 Zuseherinnen und Zusehern pro Tag mehr als zehn Prozent der erwachsenen Bevölkerung dieses Landes. Ich spreche daher lieber von einem *fokussierten* Programm – ohne Sport und breitenflächige US-Serien, aber trotzdem mit einer gewissen Breite in der Nische.

**medianet:** *Wie weit ist diese qualitativ hochwertige Zielgruppe für Werbekunden interessant?*

**Schöber:** Wir erreichen jeden Tag zehn Prozent der Erwachsenenbevölkerung unseres Landes, sind also durchaus erfolgreich in allen Zielgruppen. Gerade bei der ‚zeit.geschichte‘ erreichen

wir insbesondere junges Publikum.

**medianet:** *Kommen wir zum Programm. Welche Schwerpunkte sind hier für die kommende Saison geplant?*

**Schöber:** Das Schema der Vertikalprogrammierung, also die tageweise Schwerpunktsetzung, hat sich bei uns klar bewährt. Wir wollen die Schwerpunkte jetzt noch stärker schärfen. Rund um die Europawahl wird es einen großen Vierteiler von Hugo Portisch geben, bei dem die Geschichte Europas ab 1918 vermittelt wird.

**medianet:** *Etwas, was Sie in diesem Zusammenhang kritisieren, ist, dass Ihr Content nur eine gewisse Zeit online verfügbar ist ...*

**Schöber:** Meiner Meinung nach gehören die Einschränkungen bei den Online-Inhalten weg. Inhalte sollten so lange zugänglich sein, wie es die Verträge zulassen. Gerade für Schulen und Universitäten wären Sendungen im Bereich der Zeitgeschichte ein wichtiges Recherche-Tool.

**medianet:** *Ein Thema, das den ORF seit Jahren begleitet, ist die*

*Notwendigkeit, zu sparen. Wie ist die Situation in diesem Zusammenhang bei Ihnen?*

**Schöber:** Bei uns ist die Situation leichter, da wir es gewohnt sind, mit noch schmaleren Budgets zu arbeiten.

**medianet:** *Wenn wir den Blick nach außen wenden: Wie ist das Standing des Senders als Partner für Kulturinstitutionen?*

**Schöber:** Das hat sich mittlerweile gut etabliert. Wir haben viele Rahmenverträge – etwa mit der NÖKU/Grafenegg und mit der Wiener Staatsoper, mit der wir heuer auch wieder fünf Neuproduktionen realisieren, planen aber, diese Kooperationen mit weiteren Partnern auszubauen. So setzen wir heuer in der Oper Graz, die ‚Polnische Hochzeit‘ um.

**medianet:** *Welche Rolle spielen dabei die Bundesländer?*

**Schöber:** Wir schauen, dass wir in den Bundesländern stark sind; dabei spielen die Zulieferungen aus den Landesstudios eine große Rolle. Tägliche Magazine wie ‚Kultur Heute‘ oder ‚Österreich Heute‘ wären ohne die Landesstudios nicht möglich.

**medianet:** *Wie entwickelt sich die Produktionsschiene des Senders generell?*

**Schöber:** Mittlerweile haben wir in der Prime Time einen Eigen-, Auftrags- und Co-Produktionsanteil von 85 bis 90 Prozent – das schafft kein Privatsender. Allein im letzten Jahr haben wir gut 600 Produktionen in Auftrag gegeben, bei einem Programmbudget von etwa 13 bis 14 Millionen Euro. Rund um ORF III ist eine gute Mischung aus arrivierten Produzenten und einer neuen, jungen Produzentenszene entstanden.

”

*Persönlich wünsche ich mir, dass die nächsten sieben Jahre genauso viel Spaß machen, wie die sieben davor.*

“

**medianet:** *Frage zum Abschluss: Welches Thema soll noch stärker im Sender behandelt werden?*

**Schöber:** Uns ist vor allem das Thema Bildung wichtig. Bildung ist eine wichtige Ressource für die Gesellschaft und auch für den sozialen Aufstieg zentral – das wollen wir im Programm vermitteln. Ein weiteres Thema ist die Aufarbeitung der österreichischen Zeitgeschichte – dort produzieren wir etwa 30 neue Dokumentationen pro Jahr, mit steigender Tendenz. Darüber hinaus wollen wir die tagesumfassende Berichterstattung noch weiter verstärken.