

”

Unsere Inhalte werden sehr gut angenommen. ORF III erreicht jeden Tag 10% der Bevölkerung. Das freut uns, weil es eine Bestätigung unserer Arbeit ist.

“

verändert sich auch mit der Zeit und dem Alter – ob man will oder nicht (lacht).

medianet: Welche Bedeutung hat ORF III für die Medienlandschaft in Österreich?

Schöber: Wir bespielen ein wichtiges Programmsegment – ich sage bewusst nicht Nische, weil wir uns als Kulturnation bezeichnen, die wir auch sind – und versuchen dabei, Kunst und Kultur auf allen Ebenen zu vermitteln. Wir sind gestartet als Archiv- und Abspielsender, haben im ersten Jahr zwei oder drei Klassikproduktionen verwirklicht. Jetzt sind wir im neunten Jahr und realisieren über 50 Produktionen heimischer Kulturbühnen.

medianet: Wie gelingt diese Vermittlung für ein, wie von Ihnen bereits angesprochen, breit gefächertes Publikum?

Schöber: Wir möchten das Kulturreengagement in Österreich verstärkt nach außen zeigen, indem wir 3sat und Arte in einer Hauptabteilung für alle Kultursender-Aktivitäten zusammengeführt haben. Da gibt es natürlich Synergien, die wir bestmöglich nutzen, um so die Kulturnation Österreich international noch besser zu verankern. Das ist uns letztes Jahr schon gut gelungen, etwa mit der Liveübertragung des Festkonzerts anlässlich 150 Jahre Staatsoper, gemeinsam mit Arte, mit der wir europaweit ein Millionenpublikum erreicht haben.

medianet: Welche anderen Projekte realisiert ORF III noch?

Schöber: Sie haben vorher auch das Thema Bildung angesprochen; hier ist es eine wesentliche Aufgabe von ORF III, wie ein Inkubator für unsere Partner zu sein. Wir realisieren viele Projekte mit österreichischen Universitäten und Kunsthochschulen, etwa ‚Pixel, Bytes & Film – Artist in Residence‘, den Fritz-Kreisler-Wettbewerb oder auch unser Zeitzeugen-Projekt. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit kulturellen Leuchtturm-Institutionen wie der Ars Electronica zusammen, aber auch mit dem Verein T.I.W., der benachteiligte Jugendliche dazu motiviert, Kulturangebote zu nutzen und – ja, auch das – cool zu finden. Ein Ergebnis dieser Zusammenarbeit ist das Projekt ‚Bühne, Oida!‘. Hier besuchen Jugendliche unterschiedliche Konzert- und Theaterveranstaltungen und gestalten in weiterer Folge mit ihren eigenen kreativen Mitteln einen Beitrag darüber.

medianet: Wien kann als Österreichs Kunst- und Kulturzentrum gesehen werden. Wie sehr binden Sie die anderen Bundesländer in das Programm mit ein?



© ORF/Al Scheller

Schöber: Die Bundeshauptstadt hat natürlich einen besonderen Stellenwert, aber wir präsentieren aus jedem Bundesland allein in der Klassik zumindest ein bis zwei Events pro Jahr. Welcher andere Sender macht das schon? Gleichzeitig kommt dieses Programmschema bei unserem Publikum sehr gut an. Mit rund 800.000 Zuseherinnen und Zusehern täglich sind wir mittlerweile mit Abstand der erfolgreichste Kultur- und Informationssender in Europa – und das in nur neun Jahren und mit überschaubaren Mitteln. Möglich ist das nur dank eines motivierten Teams, meiner tollen Geschäftsführungskollegin Eva Schindlauer, die sehr sorgfältig auf unsere Budgets achtet, und durch die Unterstützung des Gesamtkonzerns, allen voran des Generaldirektors Alexander Wrabetz und des Kaufmännischen Direktors Andreas Nadler.

medianet: Was sind für Sie persönlich die Highlights des neuen Programms?

Schöber: Ich freue mich auf das ganze Programm, ein großes Highlight wird der Schwerpunkt rund um die zeitgeschichtlichen Anlässe und Jubiläen.

”

Wir sind gestartet als Archiv- und Abspielsender. Jetzt sind wir im neunten Jahr und realisieren 50 Produktionen heimischer Kulturbühnen.

Peter Schöber
ORF III-Programmgeschäftsführer

“

medianet: Im Interview vom vorherigen Jahr haben Sie erwähnt, dass Sie Themen wie Bildung und Zeitgeschichte noch mehr auf Sendung bringen wollen. Inwiefern haben Sie das heuer umgesetzt?

Schöber: Im Bereich ‚Bildung‘ haben wir ein Schulquiz gestartet, mit dem wir versucht haben, eine neue Zielgruppe zu erschließen, und das mit gutem Erfolg; wir überlegen, ob wir damit in die zweite Runde gehen. Die Auseinandersetzung mit der Zeitgeschichte ist uns bisher schon gelungen. Das wollen wir heuer mit einem umfassenden Schwerpunkt zu den Republikjubiläen weiter steigern. Wir möchten damit den Menschen näherbringen, dass die Zweite Republik noch gar nicht so alt ist. Gemeinsam mit Universitäten haben wir ein großes Zeitzeugenprojekt gestartet, für das Studierende quer durch Österreich fahren, um Zeitzeugen zu interviewen. Die große Überraschung: Auf unseren Aufruf haben sich Hunderte Menschen gemeldet!

medianet: ORF III erreicht zehn Prozent Prozent der Bevölkerung – wie schätzen Sie das Verhältnis zwischen Jung und Alt ein?

Schöber: Das Erstaunliche ist, dass Zeitgeschichte unser jüngster Slot ist. Das ist auch meine persönliche Wahrnehmung. Zeitgeschichte und politische Bildung zählen zu den wichtigsten Themen, die die junge Generation sehr gut erreichen. Die Mediennutzung ist generell eine hohe Gewohnheitsnutzung. Während zum Beispiel Menschen meiner Generation in der Früh ihr Smartphone checken, um die neuesten Nachrichten abzurufen, scrollt ein Jugendlicher durch Instagram. Aber die Frage, wie wir jüngerer Publikum erreichen, gibt es schon länger und begleitet uns nicht erst seit dem technologischen Wandel. Und die Mediennutzung