

ances, eröffnete er die sechsteilige Diskussionsreihe mit dem Thema „Was lernen wir aus der Coronakrise?“ „Der ORF hat zahlreiche Programminitiativen gesetzt – in der Information genauso, wie auch in Kultur, Religion, Sport, Unterhaltung und vielen mehr“, so Wrabetz.

„Allein im ersten Monat der Coronakrise hat der ORF im Fernsehen 93 Prozent des Publikums mit Spitzenwerten von bis zu 2,9 Mio. Seherinnen und Sehern erreicht. Die Frage ist nun, welche Erfahrungen wir aus den vergangenen Monaten ziehen“, erzählt Wrabetz über die veränderten Bedingungen, die während der Coronakrise Usus wurden.

Qualitäts- und krisengeprüft

„In Krisenzeiten steht die Glaubwürdigkeit der Medien auf dem Prüfstand. So funktioniert auch Public Value im ORF: Konsequente Qualitätssicherung, Einblick in die Realität der Programmproduktion und ein selbstkritischer, öffentlicher Diskurs zur Frage: Wem nützen Medien und wie?“, meint Klaus

Unterberger, Leiter ORF Public Value.

Der ORF dokumentiert seine Medienleistung, seinen Wert und den Nutzen für Rundfunkteilnehmer jährlich anhand von fünf Qualitätsdimensionen – den individuellen Wert, den Gesellschaftswert, den Österreichwert, den internationalen Wert und den Unternehmenswert des ORF – sowie 18 Leistungskategorien. Diese sind abgeleitet aus dem ORF-Gesetz, den ORF-Programmrichtlinien, den ORF-Leitlinien sowie den aktuellen Anforderungsbedingungen in Gesellschaft und Medienentwicklung.

„Ritt auf der Rasierklinge“

Im Public Value-Bericht finden sich daher neben Beispielen aus der Medienproduktion des ORF, Zahlen, Daten und Fakten sowie Berichten von ORF-Mitarbeitern auch Statements von Medienwissenschaftlern.

So meint etwa Larissa Krainer von der Universität Klagenfurt in „So geht Information im ORF“: „Berichterstattung in Krisenzeiten ist stets von Krisen der

”

In Krisenzeiten steht die Glaubwürdigkeit der Medien auf dem Prüfstand. So funktioniert auch Public Value im ORF.

Klaus Unterberger
ORF Public Value

“

Berichterstattung bedroht, Ersteres ist unabdingbar, Letzteres vermeidbar.“

Auch Wolfgang Duchkowitsch von der Universität Wien (in „So geht Bildung im ORF“) nimmt in seinem Statement auf die Krisenzeiten Bezug: „Der Ritt auf der Rasierklinge in Zeiten von Corona ist: Auf der einen Seite nichts zu verharmlosen und auf der anderen Seite das Handeln der Regierung distanziert zu betrachten und, falls notwendig, zu kritisieren.“

Expertengespräche

Medienexperten wie Barbara Blaha, Leiterin Momentum Institut, Mercedes Echerer, Regisseurin, Schauspielerin und Kulturbeirätin ORF III, oder Gerald Heidegger, Chefredakteur ORF.at, finden sich auch in den

nächsten Diskussionsrunden des neu eingerichteten ORF Dialogforums rund um den Public-Value-Bericht wieder.

In den Gesprächen widmet sich der ORF der Fragestellung, welche Erfahrungen Medien und insbesondere der ORF aus der Corona-Pandemie ziehen können. Jede Diskussion dauert 30 min und wird via Livestream übertragen.

Die ersten zwei Runden gingen am 26. Mai über die Bühne und sind nun online verfügbar. Am 2. und 9. Juni stehen die Ausgaben drei bis sechs jeweils um 17 und 18 Uhr am Programm. Aufzeichnungen der sechs Dialogforen sind zudem in drei samstäglichen Tranchen auf ORF III zu sehen – am 30. Mai sowie 6. und 20. Juni um jeweils 9 Uhr.

Aufgenommen werden die verschiedenen Auseinandersetzungen unter Einhaltung der Abstandsregelung im ORF RadioKulturhaus, ohne Publikum und mit maximal drei Gästen.

Live zu sehen sind die Runden im Stream auf zukunft.orf.at; dort werden sie auch nachträglich abrufbar sein.



In fünf Heften finden sich Statements von Experten, Zahlen, Daten und Fakten zum Public Value des ORF.