

Und last but not least erwähnt Hofer auch die Zusammenarbeit mit den Landesstudios, die er „verlässlich und kollegial“ nennt und die man intensivieren werde.

Channelkollegin Groiss-Horowitz, seit ihrem Antritt nicht nur als Fernsehdirektorin, sondern auch verantwortliche ORF eins-Channelmanagerin, umreißt ihre Arbeit für ORF eins mit drei Leitthemen: Erstens: „Alle Kraft in die Kernzone“: Hier wolle man von Vorabend, über die Primetime und die Late Prime verlässliches Programm anbieten und dafür investiere man, zweitens, genau hier: „Wir investieren spürbar in Content und bauen aus.“ Zusätzlich möchte man, drittens, auch dem jüngeren Publikum Orientierung, Service und Reportagen liefern. „Wir helfen, die Dinge einzuordnen und da kann es nicht genug Angebot geben“, so Groiss-Horowitz.

Viel Lob für das Programm

Und damit diese Orientierung insgesamt noch besser funktioniert, schärfe man die Profile der einzelnen Tage auf ORF eins noch mehr. So sei der Montag der Tag der österreichischen Serien, am Dienstag gäbe es eigenproduzierte Crime-Serien „in hoher Stückzahl“, der Mittwoch sei ein journalistischer Tag mit Serien und Dokus, wobei die Mitte der Woche künftig durchgängig mit einem Fokus auf Reportagen programmiert werden soll.

Donnerstag ist Sport angesagt, durchbrochen von amerikanischer, hochwertiger Fiktion, internationalen Serien und einer Eventprogrammierung.

Freitag gibt es Unterhaltung für das ganze Land, ob „Fakt oder Fake“ oder auch die „Comedychallenge“, und ab 2023 werde

man hier verstärkt in die Innovationsleiste investieren, denn bei allem Erfolg mit Primetime-Formaten dürfe man neue, spitze Formate nicht aus den Augen verlieren.

Samstag bleibt weiter der FamilyShow-Tag mit vielen Kooperationen, und Sonntag gibt es auf ORF eins auch weiterhin Blockbuster mit großen US-Premieren.

„Die Kraft des ORF“

Voll des Lobes für das Programm war auch ORF-Generaldirektor Roland Weißmann: „Der ORF bietet seinem Publikum in den kommenden Monaten das Beste

aus Information, Kultur, Sport und Unterhaltung und dazu ein so umfassendes Angebot an österreichischen Filmen und Serien wie schon lange nicht: Von der Fußball-WM, dem Alpinen und Nordischen Skiweltcup, über Signature-Serien wie u.a. ‚Biester‘ oder ‚Schnell ermittelt‘ und ‚Mehrteilern wie ‚Totenfrau‘ und ‚Tage, die es nie gab‘, bis hin zum Kultursommer, großartigen ‚Universum‘-Dokus und hochkarätiger Unterhaltung von der Comedy bis zur ‚Starnacht‘ u.v.m. Und dazu unser umfassendes Info- und Service-Angebot, besonders zu den aktuell für die

Menschen in Österreich wichtigen Themen rund um Energie und Teuerung. Volles Programm für unser Publikum also.“

Und ORF-Enterprise-CEO Oliver Böhm hob vor allem die Kraft des ORF als wesentlicher Player in der heimischen Medienlandschaft hervor: „Die ORF-Awards und die Programmpräsentation zeigen eindrucksvoll, was der österreichische Medienstandort braucht, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen: Einen starken ORF als Partner und Leistungsträger für die Werbewirtschaft – linear und selbstverständlich digital.“



© ORF/Hans Leitner



© ORF/Thomas Ramstorfer



© ORF/Roman Zach-Kiesling



© ORF



© ORF/Hubert Mian



© ORF/Roman Zach-Kiesling

Bouquet Bewährte Formate, von Information über Kultur bis zur Unterhaltung und dazu viele eigenproduzierte Formate.