

Dr. Viktoria Kickinger

**Bewerbung für die
Position der
ORF-Generaldirektorin**

gemäß ORF-Gesetz, BGBl. I Nr. 379/1984 idF
BGBl. I Nr. 159/2005

Wien, 28. Juli 2006

INHALTSVERZEICHNIS

- 1.) Darstellung der Eignung
für die Position der Generaldirektorin des ORF..... Seite 3
- 2.) Lebenslauf Seite 5
- 3.) Konzept zur mittel- und langfristigen Entwicklung des ORF
als öffentlich-rechtliches Rundfunkunternehmen.....Seite 8
- 4.) Vorschlag für Geschäftsverteilung nach § 24 Abs. 2 ORF-Gesetz Seite 14
- 5.) Vorschläge zur Vertragsgestaltung Seite 15

1.) Darstellung der Eignung für die Position der Generaldirektorin des ORF

Der ORF ist eines der wichtigsten Unternehmen des Landes. Er symbolisiert und transportiert wesentliche identitäts- und kulturstiftende Werte.

Aufgrund der sich ändernden gesellschaftlichen, technologischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen befindet er sich vor entscheidenden Weichenstellungen.

In zwanzig Jahren Berufserfahrung in staatlichen bzw. staatsnahen Unternehmen, die sich in einem Veränderungsprozess befinden, einem gesetzlichen Versorgungsauftrag unterliegen und dem Gedanken des public service verpflichtet sind, hat sich meine Laufbahn in diesen Unternehmen kontinuierlich und mit nachweislichem Erfolg in Positionen mit immer größerer Verantwortung entwickelt. Die Führung des ORF stellt hier eine konsequente Weiterentwicklung dar.

Die Größe, Bedeutung, Marktstellung sowie die Erfordernisse nach strategischer Ausrichtung des ORF auf einem der wettbewerbsintensivsten Märkte machen einen Führungsstil erforderlich, der eine Konzentration der besten Köpfe ermöglicht.

Demzufolge gilt: **Das beste Team für das beste Programm im besten Medienunternehmen Österreichs.**

PERSÖNLICHE QUALIFIKATION

- 20 Jahre Erfahrung in Unternehmen des Staates (ÖBB, ÖIAG, POST AG) in Veränderungsprozessen
 - davon 12 Jahre Erfahrung im ORF
- Langjährige Führungserfahrung, nachweisliche Erfolge in der Führung, Entwicklung und Motivation von MitarbeiterInnen, insbesondere in umfassenden Change-Prozessen; ebenso in der (Re-)Integration von MitarbeiterInnen sowie in der gezielten Frauen- und Nachwuchsförderung
- Bildung und Führung von leistungsstarken Teams
- Etablierung neuer, zeitgemäßer Führungskulturen
- Fokussierung auf konstruktive Ergebnisse durch Teamfähigkeit, Schaffung von Win-Win-Situationen; Lösungs- und Konsensorientierung
- Erfahrung in Aufbau und Vertiefung tragfähiger Arbeitsbeziehungen zu Eigentümern, Organen und Arbeitnehmervertretungen
- Erfolgreicher track-record in Positionen mit operativer Ergebnis- und Budgetverantwortung
- Konsequente Orientierung an unternehmerischen Zielen und wirtschaftlichen Erfolgen

- Profunde Erfahrung in EU-regulierten Branchen mit Versorgungsauftrag; Kenntnis europäischer Regulierungsregime und Erfahrung im Management der Beziehungen zu europäischen und nationalen Regulierungsbehörden.
- Langjährige Erfahrung und nachweisliche Erfolge im professionellen politischen Lobbying (Bsp.: Postgesetz)
- Entwicklung innovativer interner Kommunikationsprojekte
- Umfassende Erfahrung und nachweisliche Erfolge in allen Bereichen und Aspekten moderner Kommunikationsarbeit
-
- Umfassende Kenntnis Medien/Journalismus von beiden Seiten; medienpolitische Kompetenz
- Hohe Affinität zu Österreich als Teil eines „Europa der Regionen“

2.) Lebenslauf

Österreichische Post AG, Wien

seit 1. 3. 2004

Leitung Generalsekretariat

Tätigkeitsschwerpunkte:

Postgesetznovelle 2006

Post-Börsegang

Regulatorische Angelegenheiten national/international

Markenführung: Konzeption und (dzt. beginnende) Implementierung

Stakeholder-Management

Strategie und Leitung externe/interne Kommunikation

Leitung des Krisenstabes

Gesamtes professionelles Lobbying (national, international)

Entwicklung von Projekten bis zur Implementierung in Geschäftsbereiche
(Bsp.: Ideen-Management, Post-Kundenservice)

Vertretung der Post im Infrastrukturausschuss der Österreichischen
Industriellenvereinigung

Vertretung der Post in internationalen Gremien

Österreichische Industrieholding AG, Wien

1. 2. 2002
- 28.2.2004

Leitung Finanzmarkt-Kommunikation

Tätigkeitsschwerpunkte:

Kapitalmarkt-Kommunikation

Implementierung Strategischer Öffentlichkeitsarbeit

Begleitung Privatisierungsprojekte

Aufbau und Pflege politischer Kontakte bzw. Information

Krisenkommunikation

ÖIAG-Unternehmen: VOEST, BUAG, VA-Tech, Österreichische Post AG,
Postbus, Telekom, Bergbau-Holding

Publico Agentur für Public Relations und Lobbying, Wien

1.10. 2001
- 31.1.2002

Senior Consultant

Strategische Konzeption u. a. für RHI, ÖIAG, Nationalbank

<u>Österreichische Bundesbahnen, Wien</u>	1. 1. 1998 -30. 6. 2001
Leitung Stabsstelle Kommunikation	
Tätigkeitsschwerpunkte:	
Konzeption und Implementierung der Stabsstelle Kommunikation:	
<ul style="list-style-type: none"> - Neupositionierung ÖBB - gesamte externe und interne Öffentlichkeitsarbeit - Gesamtverantwortung Werbeauftritt - Krisenkommunikation - Implementierung interner Informationskaskade 	
<u>Österreichischer Rundfunk ORF, Wien</u>	8/1987 - 12/1997
Leitung ORF – Marketing	1996-1997
Rationalisierung und Neuausrichtung	
<ul style="list-style-type: none"> - Sendungsmarketing - ORF Kundendienst: Neupositionierung und Rationalisierung - Merchandising - Konzept und Umsetzung ORF-Backstage - Koordination Marketing Landesstudios - Mitinitiatorin ORF-Enterprise - Rationalisierungskonzepte für Problembereiche - Marketing-Instrumente zur Einnahmen-Steigerung 	
Leitung Ö3-Verkehrsredaktion	1991-1996
<ul style="list-style-type: none"> - Inhaltliche und strategische Neupositionierung zu Europas führender Verkehrsredaktion - Konzeption und Implementierung „Ö-Driver“ - Stv. Leitung Bereich Service EBU 	
Club 2 Redakteurin	1990-1991
Familienmagazin „WIR“	1988-1989
- Redaktion und Gestaltung von Beiträgen und Sendungsleisten, Schwerpunkte: Gesundheit, Familie, Soziales, Bildung	
- Konzeption und Neupositionierung von Sendeleisten	
Volontariat ORF – TV Wissenschaft	1987
Pharmareferentin, Ciba Geigy/Braumapharm	1973-1977

SONSTIGE TÄTIGKEITEN:

Aufsichtsrat Polytech AG Linz
Aufsichtsrat Omnimedia (Media Austria)
Mitglied des Vorstandes „post.sozial“
Mitglied des Österreichischen Werberates (Organ zur freiwilligen Selbstkontrolle der
Werbewirtschaft)
Mitglied IV

AUSBILDUNG:

Universität Wien 1981-1986
Philosophische Fakultät
Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften, Ethnologie

GEBURT DER KINDER 1977, 1979

Gymnasium und Volksschule, Wien 1963-1971

BERUFSBEGLEITEND:

European Business Licence
Sachverständigenprüfung für Wirtschaftswerbung: Hauptverband
der gerichtlich beeideten und zertifizierten Sachverständigen
1-jähriger Lehrgang für Führungskräfte ORF
1-jährige Ausbildung zur Radio- und TV-Journalistin, ORF
Besuch von Fachseminaren zu den Themen Leadership, Kommunikation,
Mitarbeiterführung, Change-Management, Teamentwicklung, Betriebswirtschaft

Fachbuchautorin; Referentin (Symposien; Universität Wien)

FREMDSPRACHEN:

Englisch (verhandlungssicher), Französisch

3.) Konzept zur mittel- und langfristigen Entwicklung des ORF als öffentlich-rechtliches Rundfunkunternehmen

3.1. Herausforderungen für den ORF in den kommenden 5 bis 10 Jahren

- Radikaler Wandel in Demographie und Konsumverhalten
- Zunehmend mobiles und selektives Publikum
- Finanzkräftige digitale Konkurrenz
- Rasante technologische Entwicklung (Voll-Digitalisierung, Internet - TV)
- Entfremdung der österreichischen Identität in einer zunehmend globalisierten Welt
- Absicherung der Gebührenfinanzierung

3.2. Ziele

- Starke Marke ORF als öffentlich-rechtlicher Sender
- ORF als elektronische Visitenkarte Österreichs in der EU
- ORF als öffentlich-rechtliche benchmark in Europa
- ORF als aktiver Mitgestalter des regulatorischen Umfeldes in Brüssel
- ORF als Informationsquelle erster Wahl
- ORF als Innovationsführer in Technologie und Programm
- ORF als Unternehmen geführt nach den Prinzipien der optimierten Kosteneffizienz, Transparenz und Wirtschaftlichkeit
- ORF als Vermittler eines „Europa der Regionen“ durch die Landesstudios
- ORF als Bewahrer der österreichischen Identität
- ORF als Arbeitgeber mit den Prinzipien Pluralität, Meinungsvielfalt und Förderung als integrativer Bestandteil im Umgang mit MitarbeiterInnen
- Ein Team der Besten führt den ORF

3.3. Realisierung

3.3.1. Öffentlich rechtlicher Status

Organisatorisch:

Das geltende ORF-Gesetz ist dafür die umfassende und ausreichende rechtliche Grundlage.

Oberste Priorität hat daher die Stärkung bzw. Weiterentwicklung des ORF als öffentlich rechtlicher Sender, die in einer verbindlichen ORF-Charta/Selbstverpflichtungserklärung zu dokumentieren ist sowie das Bekenntnis zur Corporate Governance.

Integrativer Beitrag dieses Status ist die Investition in Innovation und österreichische Filmförderung/Eigenproduktionen ebenso wie in intensives Qualitätsmonitoring.

Die starke Marke ORF zählt zu den bekanntesten und besten österreichischen brands im In- und Ausland. Durch professionelles Markenmanagement ist diese strategisch zu führen und weiterzuentwickeln. Das bedeutet klare Abgrenzung zu Privatsendern in Programm, Inhalt und Unternehmenskultur sowie insbesondere konsequente Zielgruppenorientierung.

Der ORF braucht ein unverkennbares öffentlich-rechtliches Profil, um in einem der kompetitivsten Fernsehmärkte der Welt bestehen zu können.

Programm:

Neue Sendungsformen und eine tiefgreifende Schemareform zur Stärkung des ORF-Profiles werden von einem Team der Besten aus ganz Österreich zu entwickeln sein, um das Angebot an den laufenden radikalen Wandel des Publikumsverhaltens anzupassen.

Alle Programme werden umspannt vom europäischen Gedanken und von einem Kulturbegriff, der umfassend und alltagsbegleitend zu verstehen und zu transportieren ist.

„Europa“ wird im Programm des ORF durchgehend spürbar sein, denn die Stärkung des europäischen Gedankens ist eine der wichtigen Aufgaben dieses Kulturbetriebes. Das „Europa der Regionen“ – die Berichterstattung über Österreich und seine Bundesländer – ist die Voraussetzung dafür.

Information zieht sich als Kernkompetenz durch alle Kanäle.

ORF 1 und ORF 2 werden klar positioniert nach den Kriterien Sehverhalten, content, Zielgruppen und Marktbedürfnisse; erfolgreiche Qualitätsprogramme werden weitergeführt.

Vertiefende Information über gesellschaftliche Fragen sowie deren kontroversielle Interpretation ist integrativer Bestandteil des Programmauftrages.

Die Entwicklung neuer Programmformate für die Jugend in TV und Hörfunk sowie die Vernetzung mit Internet stellt eine der vordringlichsten Aufgaben dar.

Informationsdirektion:

- Generalreform und Neuordnung der Informationssendungen
- Bekenntnis zu politischer Berichterstattung
- Implementierung transparenter Informationssysteme
- Neustrukturierung des Korrespondentennetzes
- Umsetzung der Idee des „public service“
- Information als Dienstleistung
- Äquidistanz als Credo
- Umfeld der offenen Diskussion
- Sportreform im Sinne der sich ändernden Marktlage

Programmdirektion:

- Prinzip Quote durch Qualität
- Stärkung von österreichischen Eigenproduktionen und Koproduktionen im österreichischen Kulturkreis
- Österreichische Identität als erfolgreiches Exportprogramm
- Maßgeschneiderte und innovative Programminhalte für Jugend, Familie und SeniorInnen
- Konzeption einer Kulturschiene von Koproduktionen über den gesamten EU-Bereich – Kultur als europäisches Anliegen
- Programmangebote für Special Interest Konsumenten mit innovativen Inhalten

Aufgaben der Hörfunkdirektion:

- Ö3 Reform
- Neukonzeption Mittelwelle als internationales Programmangebot
- Hörfunkdirektion als ständige Vertretung der Interessen der Landesstudios in allen Gremien mit dem Ziel der verstärkten Integration der Landesstudios in die ORF-Zentrale

3.3.2. Rechtsrahmen/Regulierung

Schwerpunkt ist die Weiterentwicklung des Rechtsrahmens zur Absicherung der Gebührenfinanzierung sowie die notwendige Weichenstellung für die Zukunftsfähigkeit (Spartenkanäle).

Intensive Integration in alle entsprechenden Gremien der EU durch ein eigens zu schaffendes ORF Regulierungsmanagement ist zentrale Aufgabe des Generalsekretariats.

3.3.3. Innovation

Der Begriff Innovation ist technisch und inhaltlich zu verstehen.

Die rasante technologische Entwicklung erfordert zudem die Konzentration auf zukunftsfähige Konzepte und Formate.

Um Antworten auf die wachsende digitale Konkurrenz und die technologische Entwicklung und auf das zielgruppenspezifische Konsumverhalten zu geben, wird für Innovation, Fernsehforschung und Entwicklung ein eigenes Direktorium geschaffen.

- Strategie zur Abgrenzung von am Markt befindlichen Kommunikations-Medien
- Entwicklung von Pilotprogrammen bis zur Sendereife
- Digitalisierung aller Archive und deren Vermarktung
- Filmförderung mit Schwerpunkt Österreich
- EU Förderungen ausschöpfen
- Der ORF als Ideenwerkstatt
- Strategische Antwort auf Werbefenster

3.3.4. Finanzen und Wirtschaftlichkeit

Der ORF ist ein geprüftes Wirtschaftsunternehmen und als solches nach den Grundsätzen der Effizienz und Effektivität zu führen.

Für die stakeholder, die österreichischen KonsumentInnen, ist qualitativ hochwertiges Programm nach den Kriterien der Wirtschaftlichkeit zu gestalten; für den shareholder sind eine ausreichende Eigenkapitalquote sowie entsprechende Liquidität und eine gesunde Bilanz sicher zu stellen.

Maßnahmen zur Optimierung der Wirtschaftlichkeit des ORF:

- Über allem steht das Gebot: Einnahmen optimieren, Kosten senken
- Nutzung aller Hebelwirkungen, um Kosteneffizienz zu erreichen
- Interne Ressourcen (human resources und asset resources) optimal nutzen
- Stärkung der unternehmerischen Verantwortung der Führungskräfte
- Forcierung strikter Budgetdisziplin
- Identifikation und Optimierung von Ablaufprozessen
- Schaffen von Transparenz
- Anpassung Tarifpolitik
- Balance insourcing/outsourcing

3.3.5. Landesstudios

Das Ziel lautet: die ORF-Landesstudios stärken.

Der zunehmenden Globalisierung und fortschreitenden soziokulturellen Vereinheitlichung bzw. der damit einhergehenden Verwässerung wertvoller kultureller Spezifika ist mit einer Stärkung der regionalen Ebene zu begegnen.

Gemäß dem Trend zur Stärkung regionaler Strukturen angesichts der Globalisierung ist eine Aufwertung der Landesstudios sowie damit verbunden eine Rückbesinnung auf die kulturelle Heimat der ORF-SeherInnen und -HörerInnen zu verfolgen. (Bsp.: „Willkommen – Niederösterreich“ vor „Willkommen – Österreich“)

Die Landesstudios werden durch intensivere Einbindung in die Geschäftsführung (Hörfunkdirektion als ständige Vertretung in der ORF Zentrale) sowie durch kostenneutrale Ausweitung der Programme und der Kompetenzen der Landesdirektionen eine sichtbare Aufwertung erfahren.

Unter der Voraussetzung eines erweiterten gesetzlichen Rahmens werden sie auch teilweise für Digitalkanäle/Sparten-TV Programm liefern bzw. in weiterer Folge auch eigenes Digital/Sparten-TV betreiben.

Landesstudios übernehmen zusätzliche Aufgaben im Content-Providing.

3.3.6. Interner Kulturauftrag – MitarbeiterInnen

Der Kultur- und Informationsauftrag beginnt im Unternehmen selbst.

Gerade ein öffentlich-rechtlicher Sender geht vorbildhaft mit seinen MitarbeiterInnen um in konsequenter Umsetzung der Prinzipien von Pluralität und Meinungsvielfalt, Akzeptanz und Wertschätzung, wofür ebenfalls das geltende ORF-Gesetz eine ausreichende rechtliche Basis darstellt.

Frauenförderung ist integrativer Bestandteil eines umfassenden Maßnahmenpaketes.

Ziel ist das Schaffen von Strukturen mit klaren Rollen und klarer Verantwortung in einem motivatorischen Umfeld mit dem Prinzip der Anerkennung.

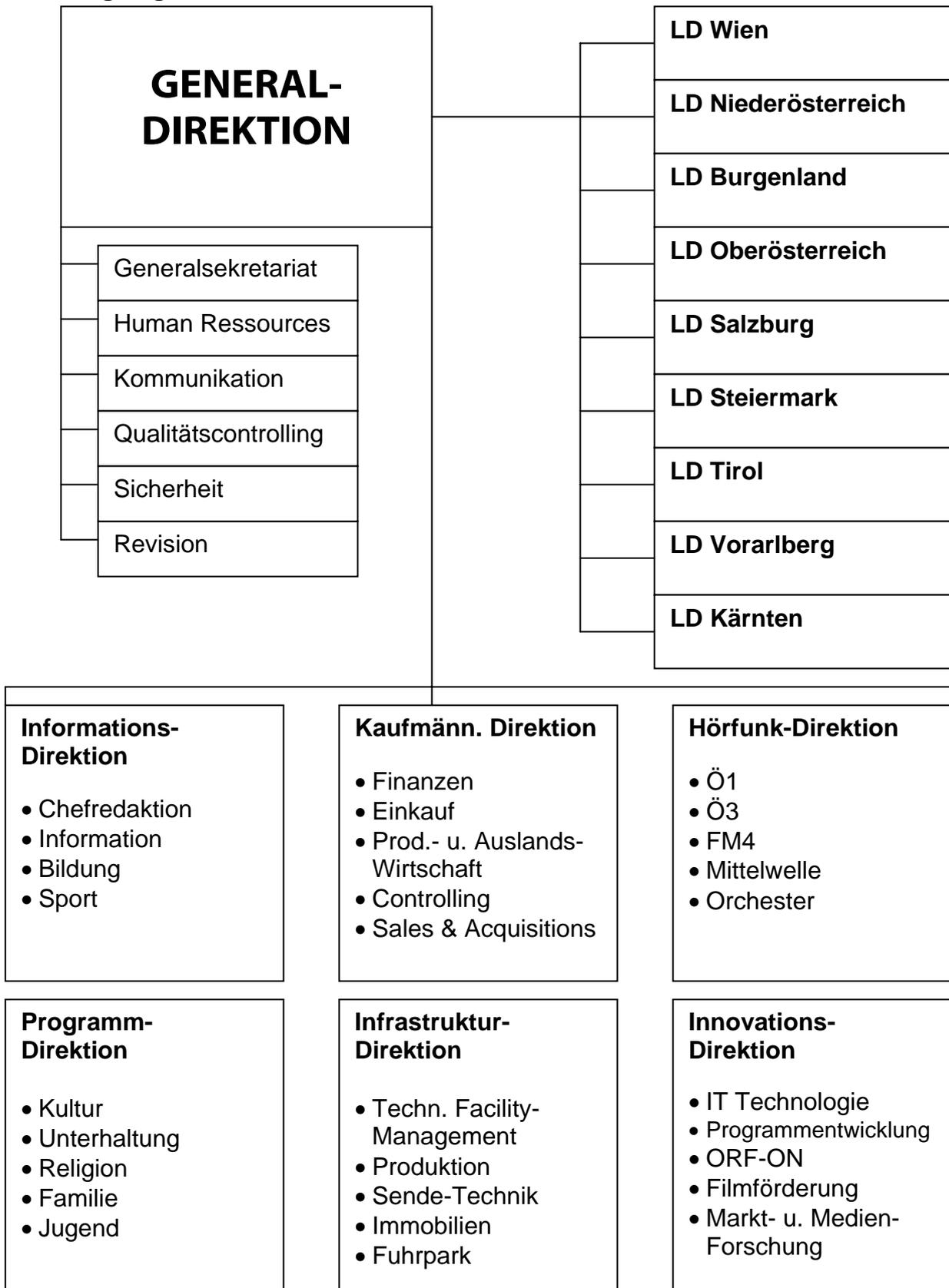
- Führen über Ziele
- Steuern mit boards (Marketing board, Digital board, Länder board)
- Definition klarer Verantwortung
- Frauenförderung/Frauen in Führungspositionen
- Nachwuchsförderung, Trainee-Programme
- Implementierung Ideenmanagement
- Leitbildentwicklung

3.3.7. Team der Besten

Die Realisierung des vorliegenden Konzeptes zur mittel- und langfristigen Entwicklung des ORF wird von einem Team der besten DirektorInnen und Führungskräfte sowie unter Hebung der Ressourcen aller MitarbeiterInnen umgesetzt.

4.) Vorschlag für Geschäftsverteilung nach § 24 Abs. 2 ORF-Gesetz

4.1. Organigramm



5.) Vertragsgestaltung

Die Eckpfeiler in der Gestaltung der vertraglichen Beziehung der neuen Generaldirektorin zum Unternehmen ORF sind im Wesentlichen:

- Weitgehende Orientierung an der bisher geübten Form der Vertragsgestaltung

Darüber hinaus:

- Führung über Ziele:
Management by objectives als integrierendes und weit gefasstes Instrument zur Erreichung der Unternehmensziele
- Variabilität in der Entlohnungspolitik:
Neben einem fixen Entlohnungsbestandteil ein an die Erreichung definierter Ziele geknüpfter variabler Anteil

Autorin:

Dr. Viktoria Kickingner