

5.

DER RUNDFUNK DER GESELLSCHAFT

Bestandsaufnahme und Bilanz 2007 – 2011

DER ORF 2007 – 2011

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen konnten auf Basis der in meiner Bewerbung 2006 dargelegten Maßnahmen und des „Strategie- und Strukturkonzepts ORF 2015“ in der Geschäftsführungsperiode von 2007 – 2011 folgende Ziele erreicht werden:

- **Absicherung bzw. Verbesserung der rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den ORF auf EU- und nationaler Ebene**
- **Wirtschaftlicher Turnaround durch ein nachhaltiges Spar- und Strukturprogramm erreicht**
- **Marktführerschaft in Fernsehen, Radio und Online durch laufende Programminnovation behauptet und abgesichert**
- **Umsetzung zukunftsweisender technologischer Innovationen**

Damit präsentiert sich der ORF im Jahr 2011 als konkurrenzfähiges, unabhängiges öffentlich-rechtliches Medienunternehmen, das für die anstehenden Herausforderungen sehr gut gerüstet ist.

Absicherung der rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den ORF

Zentrale Fragen bezüglich der rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den ORF konnten seit 2007 gelöst werden. Damit wurden die Einheit des Unternehmens, die Breite des Angebots in Radio, Fernsehen und Online und die duale Finanzierung aus Programmentgelt und Werbung gesichert.

- So konnten auf **europäischer Ebene** das „**Beihilfeverfahren**“ zur ORF-Finanzierung sowie das Verfahren wegen Nichtumsetzung der Richtlinie betreffend „Audiovisuelle Mediendienste“ erfolgreich beendet werden.
- Auf **nationaler Ebene** ist es mit dem Inkrafttreten der Novelle zum ORF-Gesetz am 1. Oktober 2010 gelungen, stabile, EU-konforme rechtliche und finanzielle Rahmenbedingungen für den ORF zu schaffen sowie erstmals die seit langem geforderte, wenn auch befristete, **Teilrefundierung des Entgangs für Gebührenbefreiungen** zu erreichen.
- Die von einigen Gruppen durchaus diskutierte und geforderte **Filetierung und Teilprivatisierung des ORF** konnte **verhindert** werden.

Wirtschaftlicher Turnaround durch nachhaltiges Spar- und Strukturprogramm erreicht

Die Geschäftsführungsperiode 2007 bis 2011 stand unter schwierigen wirtschaftlichen Vorzeichen. Die ORF-Werbeerlöse kamen durch die Digitalisierung der TV-Übertragung und den damit verbundenen Anstieg der Reichweite der Werbefenster unter Druck, wie im Bewerbungskonzept 2006 beschrieben (S. 5 – 7). Hinzu kam die Finanz- und Wirtschaftskrise mit schwerwiegenden Auswirkungen auch auf die Medienwirtschaft. In Reaktion auf die Finanzkrise legte Generaldirektor Wrabetz dem ORF-Stiftungsrat im April 2009 das „Strategie- und Strukturkonzept ORF 2015“ vor.

Gemeinsam mit dem Stiftungsratsbeschluss „Für die Zukunft des ORF“ vom 2. April 2009 bildete es die Basis für die Umsetzung eines nachhaltigen Struktur- und Maßnahmenprogramms zur langfristigen Senkung der Kostenbasis des ORF bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung und dem Ausbau des Gesamtprogrammangebots in Radio, Fernsehen und Online.

Der ORF hat damit den wirtschaftlichen Turnaround aus eigener Kraft geschafft und die Basis für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg gelegt. Die Senkung des Personalstandes und des Personalaufwands konnte dabei auf sozial verträgliche Weise realisiert werden.



ORF-Konzern 2010 wieder mit positivem EGT

Nach negativen EGTs 2008 und 2009 liegt das Konzern EGT 2010 mit 23,4 Mio. Euro um 23,3 Mio. Euro über Plan. Gegenüber 2009 hat sich das Jahresergebnis des ORF-Konzerns damit um 67,7 Mio. Euro verbessert.

Nachhaltige Senkung des Personalstands: -13,7 % seit 2007

Mit 3.229 VZÄ im Jahresdurchschnitt 2010 konnte der ORF-Konzern seinen Personalstand beim ständigen Personal gegenüber 2009 um 295 VZÄ senken. Seit 2007 ist der Personalstand um rund 500 VZÄ oder 13,7 Prozent gesunken.

Nachhaltige Senkung des Personalaufwands: -58,7 Mio. seit 2008

Auch der Personalaufwand konnte gesenkt werden. Allein seit 2008 wurde er um 58,7 Mio. Euro reduziert. 2010 liegt der Personalaufwand des ORF mit 346,0 Mio. Euro um 29,3 Mio. Euro unter dem Wert des Jahres 2009.

Turnaround aus eigener Kraft erreicht

Der wirtschaftliche Turnaround wurde damit aus eigener Kraft und unabhängig von der Gebührenrefundierung erreicht. Die erste Tranche der dem ORF zustehenden teilweisen Refundierung von Mitteln aus der Programmentgeltbefreiung floss zur Gänze in die vom Gesetzgeber geforderten neuen zusätzlichen Aufgaben:

- Die Eigenproduktionen wurden massiv ausgebaut, das Film/Fernseh-Abkommen auf 8 Mio aufgestockt, ebenso die Investitionen in die heimische Produktionswirtschaft auf 101 Mio. 2010 erhöht.
- Weiters konnte das ORF-Radio-Symphonieorchester erhalten und die Barrierefreiheit der ORF-Programme ausgebaut werden.
- Der Start eines Informations- und Kulturspartenprogramms (ORF III) und eines Sportspartenprogramms (ORF SPORT PLUS) sind in Vorbereitung – ebenso wie der Ausbau von ORF 2 Europe.

Duale Finanzierung langfristig abgesichert

Durch den Abschluss des EU-Beihilfeverfahrens und die nationale Umsetzung im Rahmen des neuen ORF-Gesetzes konnten insgesamt zukunftsichere wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die Finanzierung des ORF erreicht werden. Die duale Finanzierung des ORF aus Programmentgelt und Werbung in TV, Radio und Online wurde abgesichert (Bewerbungskonzept 2006, S.7–8).

Im Bereich Werbung konnten unter anderem bei Sonderwerbformen, TV-Regionalwerbung und Online-Werbung tragfähige Regelungen erreicht, bei den Programmentgelten eine, wenn

auch unter der Inflationsrate liegende, Valorisierung sowie die Beibehaltung der „staatsfernen Gebührenfestsetzung“ erzielt werden.

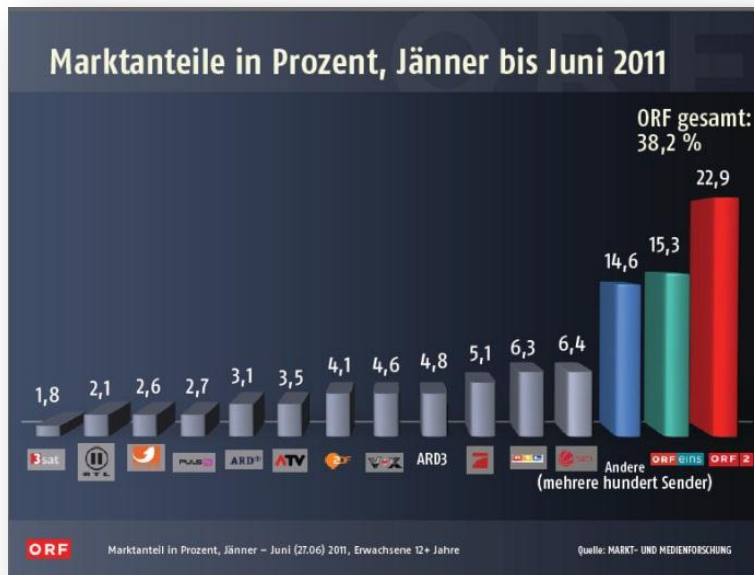
Marktführerschaft in Fernsehen, Radio und Online durch laufende Programminnovation behauptet und abgesichert

In den Jahren 2007 bis 2010 hat sich die Konkurrenzsituation in allen Bereichen dramatisch verschärft. Vor allem im Fernsehen kam es durch die Digitalisierung der Übertragungswege zu einem Konkurrenzschub. 2007–2009 haben 3 Mio. (!) Personen (= 41 % der TV-Bevölkerung) ihren TV-Empfang digitalisiert. Das bedeutet, dass sie innerhalb kürzester Zeit zum Teil deutlich mehr Programme empfangen konnten als zuvor.

Die Zahl der reinen ORF-Haushalte sank von 160.000 auf verschwindende 5.000 (Juni 2011). Die Zahl der im Durchschnitt in den Haushalten empfangbaren Kanäle stieg von 2006 bis 2011 von 56 auf 93. Gleichzeitig wurde 2007 das bisher vom ORF allein betriebene Teletest-System an die gemeinsam mit den Kommerziellen gegründete Arbeitsgemeinschaft „AGTT“ (Arbeitsgemeinschaft Teletest) übergeben und die Messmethode zu Ungunsten des ORF weiterentwickelt. Die Zahl der Privatradios stieg von 71 auf 84 inklusive einer neuen nationalen Konkurrenzkette).

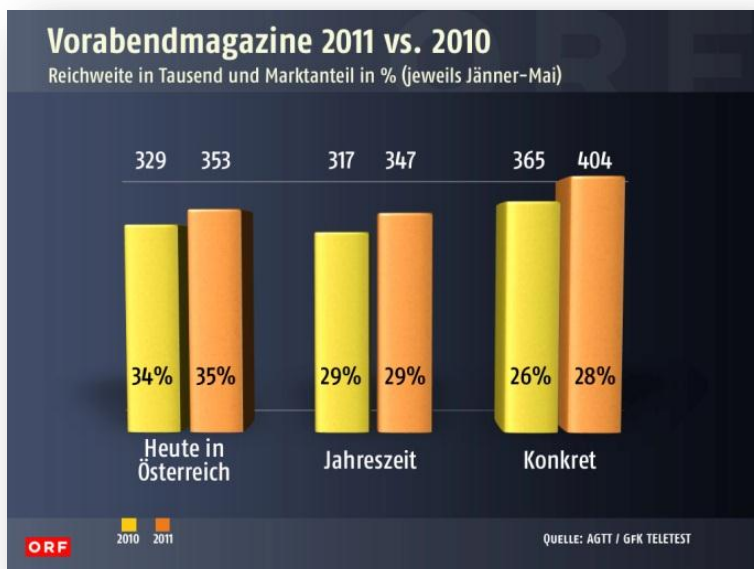
Dennoch konnte der ORF die Marktführerschaft in Fernsehen, Radio und Online auf einem auch im internationalen Vergleich sehr hohen Niveau behaupten. Die Österreicherinnen und Österreicher verbringen heute durchschnittlich 213,5 Minuten pro Tag mit den Angeboten des ORF (2010). Die ORF-TV-Programme werden täglich von rund 3,7 Mio. Seherinnen und Sehern genutzt, das entspricht 80 % des täglichen Publikums (4,6 Mio., 1. HJ 2011).

Der ORF hat damit auch seine Funktion als elektronisches Leitmedium des Landes abgesichert.



ORF-TV-Marktführer

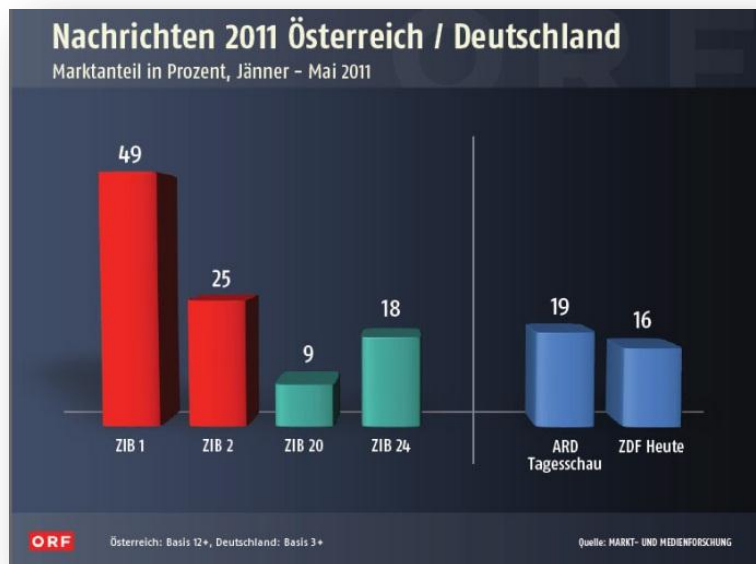
Das ORF-Fernsehen war mit ORF eins und ORF 2 auch im 1. Halbjahr 2011, trotz weiter verstärkter Konkurrenz, überlegener Marktführer. Das ORF-Fernsehen erreichte im 1. Halbjahr 2011 einen nationalen Marktanteil von 38,2 %, in der Programm-Kernzone 17.00 bis 23.00 Uhr 42,4 Prozent Marktanteil. Die Senderfamilie des ORF (ORF eins, ORF 2, TW1/SPORT PLUS) erreichte 40,5 % Marktanteil.



Zugewinne für

Informationssendungen und Vorabendmagazine

Vor allem die „Zeit im Bild“-Sendungen und die Vorabendmagazine „Heute in Österreich“, „Jahreszeit“ und „Konkret“ konnten im ersten Halbjahr 2011 ihre Reichweiten und Marktanteile halten bzw. sogar steigern.



Auch im Vergleich zum deutschen Markt zeigt sich, dass die ORF-Hauptnachrichtensendungen „Zeit im Bild“ und „ZiB 2“ mit Marktanteilen von 49 bzw. 25 Prozent sehr gut genutzt werden.



Steigende Reichweiten

Auch die TV-Reichweiten der ORF-Programme insgesamt konnten kontinuierlich gesteigert werden. Im 1. Halbjahr 2011 übertraf der ORF mit im Schnitt 3,736 Mio. den Wert des Vorjahres (3,627 Mio.) um 110.000.

ORF-Fernsehen unter den TOP 5 in Europa

Auch im internationalen Vergleich liegt der ORF mit seinen TV-Marktanteilen im Spitzenfeld. Mit 37,8 Prozent nationalem Marktanteil liegt der ORF 2010 auf Platz 4 unter den europäischen Öffentlich-Rechtlichen (EU-Schnitt 2009: 28,2 %), im Februar mit 41,2 % sogar auf Platz 2.

Markt- und Themenführerschaft durch Programminnovationen seit 2007

Die starke Position des ORF-Fernsehens und seine hohe Publikumsakzeptanz konnten insbesondere durch die Umsetzung von im Bewerbungskonzept umrissenen Programmmaßnahmen und –innovationen abgesichert werden (Bewerbungskonzept 2006, S. 13 -23). Im Mittelpunkt standen dabei:

- **Stärkung der Information und ihrer Unabhängigkeit**
- **Wiedererringung der Themenführerschaft**
- **Ausbau der Qualität und der Eigenproduktion**

DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN IM TV-BEREICH

Information

- Die Strukturen wurden dezentralisiert. Magazinbereich und aktuelle Information wurden getrennt, die Eigenverantwortung der Sendungsverantwortlichen für „ZiB 2“ und die ORF eins-Informationssendungen wurde gestärkt.



- ORF eins erhielt ein eigenständiges Informationsprofil. Die „ZiB 20“ und die „ZiB 24“ wurden neu eingeführt, die „ZiB-Flashes“ auch am Wochenende gesendet. Im ersten Halbjahr 2011 erreichte die ORF eins-Informationsschicht täglich durchschnittlich 830.000 Zuschauer. Mit 43 Jahren liegt das Durchschnittsalter der ORF eins-Informationsschicht deutlich unter jener der ORF 2-„ZiBs“ (60 Jahre) und wurde damit binnen weniger Jahre zu einer der wichtigsten Informationsquellen jüngerer Österreicher.



- Neue Diskussionsformate:
Der „CLUB 2“ hat sich als Diskussionsformat wieder im ORF-Programm erfolgreich etabliert. „Im ZENTRUM“ behauptet sich nach dem Relaunch als Diskussionsformat mit den höchsten Marktanteilen im deutschen Sprachraum. Mit den Sendungen „Meine

Wahl“ und „contra/der talk“ wurden erstmals Gesprächssendungen mit alternativen Zugängen in ORF eins realisiert. Das neue „Bürgerforum“ erreichte mit den Themen „Türken in Österreich“ und „Frauen“ im heurigen Jahr bis zu 903.000 Zuschauer.



- **Ausbau Bürger- und Servicesendungen:**
Die Sendung „Volksanwalt“ wurde erfolgreich zum „Bürgeranwalt“ ausgebaut und verlängert. Mit „Konkret“ wurde ein wochentägliches Konsumenten- und Servicemagazin geschaffen, das bis zu 569.000 Zuschauern erreicht. Mit „Ein Fall für Resetarits“ wurde ein neues Format für Bürgersendungen etabliert.



- **Ausbau der Österreich-Information:**
Mit „Heute in Österreich“ wurde eine tägliche (seit Juni 2011 auch an Feiertagen) aktuelle Österreich-Informationssendung geschaffen, die in einem hohen Ausmaß auf Inhalten aus den Landesstudios basiert. Die Landesstudios erhielten 18 zusätzliche Termine für Kulturdokumentationen in der Sonntagsmatinee. In ORF SPORT PLUS wurde die Berichterstattung und Übertragung von Sportereignissen aus den Bundesländern deutlich verstärkt.

Zeitgeschichte und Dokumentationen

- Die Marke „**Menschen & Mächte**“ wurde mit zahlreichen erfolgreichen Eigenproduktionen etabliert.
- Dokumentationen zur österreichischen Zeitgeschichte

Die dokumentarische Aufarbeitung der Zeitgeschichte wurde forciert. Hier wurden jeweils Schwerpunkte zu historischen Jahrestagen gebildet oder Themen in Form von Themenabenden umfassend aufbereitet. Wesentliche Eigenproduktionen zu den Jahrestagen

- 2008 - zu 1918 „**Der 1. Weltkrieg**“
- 2008 - zu **1938 Zeitgeschichte-Dreiteiler**
 - - „Der Untergang Österreichs“
 - „Flucht ins Ungewisse“
 - „Alltag unterm Hakenkreuz“
- 2009 - zu 1939 „**Der 2. Weltkrieg**“
 - „Hitlers Blitzkriege“
 - „Sterben für Hitler“
 - „Die Ungehorsamen“
 - „Verfolgt, verschleppt, vernichtet“
 - „Gipfelstürmer und Wüstenfüchse – Abenteurer und Forscher in Hitlers Diensten“
- 2010 - „**Zweiter Weltkrieg**“-Dreiteiler
 - - „Heil Hitler, Herr Lehrer“
 - „Hitlers Todesbrigaden“
 - „Du sollst nicht töten“
- 2011 - **Hitlers nützliche Idole**
 - „Hanna Reitsch – Hitlers Fliegerin“
 - „Otto Skorzeny – SS-Agent für Hitler“
 - „Mrika Röck – Ein Star für alle Jahreszeiten“
- 2008 - zu 1968 „**Prager Frühling**“

Die insgesamt 14 Dokumentationen zu den Jahren 1938–1945 ist die bislang umfassendste Aufbereitung dieses Kapitels der österreichischen Geschichte. Sie wird durch die vierteilige Dokumentationsreihe zum Thema Kriegsgefangenschaft im Herbst 2011 ergänzt.

AM SCHAUPLATZ

Die Reportagereihe „Am Schauplatz“ erhielt einen besseren Sendeplatz und konnte mit zahlreichen spannenden Sendungen punkten.

TOP5-Markanteile erzielen

- „Am rechten Rand“ (2010) – 31 % (MA 12+)
- „Bei Emmanuel Antiga“ (2008) – 29 %
- „Fremde Nachbarn“ (2009) – 27 %
- „Frisch aus dem Mistkübel“ (2008) – 27 %
- „Prostitution in Österreich“ (2009) – 25 %



UNIVERSUM

Die Sendung „Universum“ entwickelte sich sehr positiv weiter. Insbesondere die Eigenproduktionen konnten punkten und wurden international ausgezeichnet.

- „Unsere Alpen – Die Traun“ (2008) – 34 %
- „20 Jahre Universum“ (2007) – 35 %
- „Südtirol – Leben im Naturjuwel“ (2008) – 36 %
- „Madeira – Smaragd im Atlantik“ (2007) – 36 %
- „Unsere Alpen – Hohe Tauern“ (2008) – 29 %

Universum: Internationale Auszeichnungen

Gold Camera Award für „Universum“-Produktion „Mount St. Helens – Der Vulkan lebt“ (2010)
Emmy für die „Beste Kamera“ in der Kategorie „News and Documentaries“ für „Universum – Das Genie der Natur“ (2008)

Themenabende

Zu wichtigen Kapiteln der Zeitgeschichte wurden Themenabende gestaltet. Im Zentrum stand eine eigenproduzierte Dokumentation, die mit Diskussion und teilweise fiktionalem Programm ergänzt wurde. Besonders erfolgreiche Themenabende waren:

- Flucht und Vertreibung (2007)
- Prager Frühling (2008)
- Atomkraft (2008)
- 90 Jahre Kärntner Volksabstimmung (2010)
- 100. Geburtstag Bruno Kreisky (2011)
- 25 Jahre Tschernobyl (2011)
- Jugoslawienkrieg – 20 Jahre danach (2011)



Sport

Die Großereignisse EURO 08 in Ö und der CH, Fußball-WM in S-Afrika (2010), Olympische Spiele in Peking 2008, Olympische Winterspiele in Vancouver 2010, die Ski-WM in Garmisch-Partenkirchen 2011 und die Alpine Ski-WM in Val d'Isère sowie die Nordische Ski-WM in Liberec 2009 wurden erfolgreich durchgeführt.

Fußball-Bundesliga

Die österreichische FB-Bundesliga wurde in den ORF zurückgeholt und das Angebot mit der Fußball-Arena 2011 erweitert.

Die Verträge mit dem ÖFB für die Spiele der Nationalmannschaft, der Formel-1-Vertrag, der Vertrag für die internationalen Skirechte und andere wichtige Sportrechte wurden erfolgreich abgeschlossen.

Das Angebot des Sportspartenkanals ORF SPORT PLUS wurde laufend ausgebaut. ORF SPORT PLUS wurde rechtlich abgesichert und die Vorbereitungen für ein 24-Stunden-Sportspartenprogramm getroffen.

Österreichische Film- und Serienproduktion ausgebaut

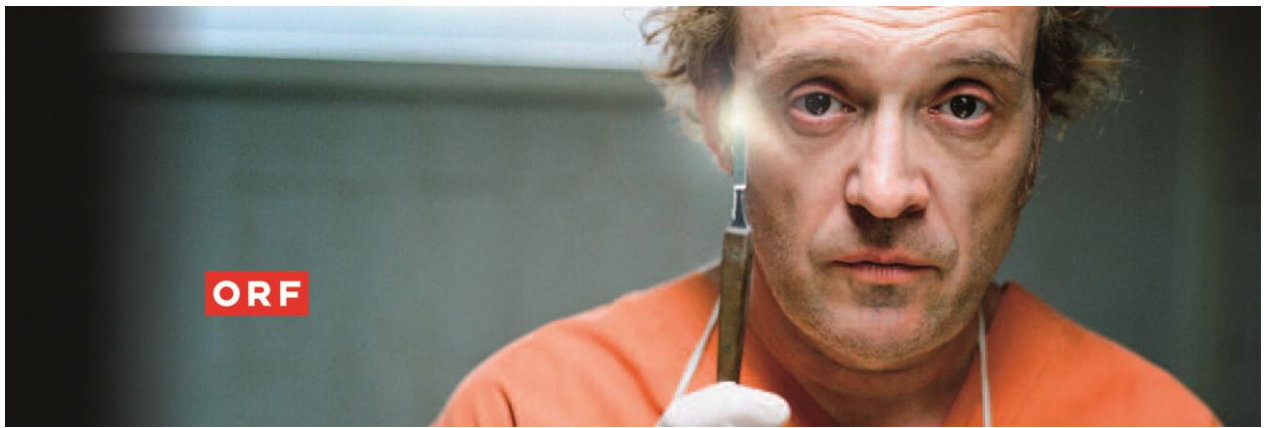
Die Investitionen in die österreichische Produktionswirtschaft erreichen im Jahr 2010 mit über 100 Mio. Euro den bisher höchsten Wert in der Geschichte des ORF.

Das Film- und Fernsehabonnement wurde 2011 ebenfalls auf den bisher höchsten Wert aufgestockt und die Voraussetzungen für eine Fortführung des Abkommens geschaffen.



ORF/ÖFI-Produktionen erhielten in den vergangenen Jahren die bisher höchsten Auszeichnungen

- Oscar 2008 – Stefan Ruzowitzky für „Die Fälscher“
- Emmy 2008 – Universum-Dreiteiler „Das Genie der Natur“
- Goldene Palme 2009 – Michael Haneke für „Das weiße Band“
- Oscar-Nominierung 2009 – Götz Spielmann für „Revanche“
- Oscar 2009 – Michael Haneke „Das weiße Band“



Die erfolgreichsten Filme- und Serien

ORF 2

- „Tatort - Baum der Erlösung“ (2009) – 1.006.000 Zuseher
- „Tatort - Vergeltung“ (2011) – 984.000 Zuseher
- „Tatort - Ausgelöscht“ (2011) – 868.000 Zuseher
- „Geliebter Johann, geliebte Johanna“ (2009) – 1.023.000 Zuseher
- „Und ewig schweigen die Männer“ (2008) – 980.000 Zuseher
- „Live Is Life“ (2010) – 978.000 Zuseher
- „Der Besuch der alten Dame“ (2008) – 949.000 Zuseher
- „Muttis Liebling“ (2007) – 942.000 Zuseher
- „Seine Mutter und ich“ (2010) – 936.000 Zuseher
- „Bauernopfer“ (2011) – 857.000 Zuseher
- „Anna's zweite Chance“ (2009) – 829.000 Zuseher
- „Trautmann-Bumerang“ (2008) – 781.000 Zuseher
- „Bauernprinzessin III“ (2009) – 719.000 Zuseher
- „Bauernprinzessin II“ (2007) – 6350.000 Zuseher
- Tatort:
- „Baum der Erlösung“ (2009) – 1.006.000 Zuseher
- „Vergeltung“ (2011) – 984.000 Zuseher
- „Ausgelöscht“ (2011) – 868.000 Zuseher

ORF eins

- „Die Wanderhure“ – 940.000 Zuseher
- „Zodiak“ – 859.000 Zuseher
- „Aufschneider“ – 770.000 Zuseher
- „Das jüngste Gericht“ – 765.000 Zuseher
- „Vermisst, Alexandra Walch, 17“ – 702.000 Zuseher
- „Der Bibelcode“ – 651.000 Zuseher



Serien (Durchschnitt)

- „Schnell ermittelt“ – 663.000 Zuseher
- „Der Winzerkönig“ – 636.000 Zuseher
- „Soko Kitzbühel“ – 624.000 Zuseher
- „Vier Frauen und ein Todesfall“ – 562.000 Zuseher
- „Soko Donau“ – 556.000 Zuseher
- „Polly Adler“ – 416.00 Zuseher
- „Die Lottosieger“ – 383.000 Zuseher
- „Die Ex – Eine romantische Komödie“ – 299.000 Zuseher
- „VITASEK?“ – 243.000 Zuseher
- „Der wilde Gärtner“ – 203.000 Zuseher

Neue eigenproduzierte Kinderprogramm-Leiste

- Erfolgreicher Relaunch des ORF-Kinderfernsehens „Okidoki“

Mit zahlreichen Eigenproduktionen konnte der ORF in den jeweiligen Segmenten des Kinderprogramms die Marktführerschaft zurückerringen.

Kultur und Religion



Ausbau der Kultur-Übertragungen

- Die Übertragungen von Kulturereignissen waren ein wichtiger Schwerpunkt der vergangenen Jahre. Neu etabliert wurden die Live-Übertragungen aus der Wiener Staatsoper „Manon“ (2007), „Regimentstochter“ (2007), „La forza del destino“ (2008), „Carmen“ (2010), „Anna Bolena“ (2011).
- Fortgesetzt wurden die Übertragungen der Festspiele („Così fan tutte“, „Eugen Onegin“, „Roméo et Juliette“), der Bregenzer Festspiele („Aida“, „Tosca“, „André Chénier“).
- Die Premieren aus Mörbisch werden seit 2007 erfolgreich live übertragen.
- Weiters werden im Programm live bzw. live-zeitversetzt das Eröffnungskonzert aus Grafenegg, die Eröffnung der Wiener Festwochen, die Eröffnung der Salzburger und Bregenzer Festspiele und das Sommernachtskonzert der Wr. Philharmoniker übertragen. Mit diesen Übertragungen sowie der umfassenden Rundumberichterstattung leistet der ORF mit seinen Vollprogrammen einen Beitrag zur Kulturvermittlung wie kaum ein anderer öffentlich-rechtlicher Sender in Europa.

Ausbau der Kulturinformation

- Der neue „Kulturmontag“ erfreut sich großer Beliebtheit.
- Mit „a.viso“ wurde eine wöchentliche Kulturinformationssendung etabliert, mit dem „dok.film“ bespielt der ORF eine eigene wöchentliche Dokumentarfilmreihe.

Stärkung „kreuz und quer“

Kreuz und quer wurde auf einen besseren Sendeplatz vorverlegt und verlängert.



Stärkung ORF eins

- Kultmarken für ORF eins wurden geschaffen
„Wir sind Kaiser“, „Willkommen Österreich“, „Schlawiner“
- Refreshment ORF eins
Neues Layout und Erscheinungsbild für ORF eins gestartet Jänner 2011

Einführung von Themenschwerpunkten

Eine wichtige Neuerung der vergangenen Jahre war die Einführung von Themenschwerpunkten. In jeweils einer Woche wird ein wichtiges Thema in allen Medien des ORF und in verschiedenen Formaten von der Information bis zur Fiktion in den Mittelpunkt gestellt. Insgesamt wurden zwölf Themenschwerpunkte durchgeführt.

- Themenschwerpunkt „Klimawandel“ (21.1. – 28.1.2007): 5,2 Mio. Seher/innen
- Themenschwerpunkt „Ernährung“ (11.7. – 16.7.2007): 4,5 Mio. Seher/innen
- Themenschwerpunkt „Kinder“ (19.10. – 26.10.2007): 4,9 Mio. Seher/innen
- Gesundheitsinitiative „Bewusst gesund: Unser Herz“ (27.2. – 5.3. 2008): 4,1 Mio. Seher/innen
- Gesundheitsinitiative „Bewusst gesund: Rücken“ (20.10. – 26.10. 2008): 3,9 Mio. Seher/innen
- Programmschwerpunkt „Österreich 2020“ (24.3.2009): 3,5 Mio. Seher/innen
- Programmschwerpunkt „Bildung“ (22.9. – 27.9.2009): 1,6 Mio. Seher/innen
- Gesundheitsinitiative „Bewusst gesund: Vorsorge fürs Leben“ (5.9. – 12.9.2009): 2,2 Mio. Seher/innen
- Gesundheitsinitiative „Bewusst gesund: Unsere Jugend“ (10.4. – 16.4.2010): 2,9 Mio. Seher/innen
- Programmschwerpunkt „Nachbar in Not“ (24. August 2010): 3,51 Mio. Seher/innen

- Programmschwerpunkt „Starke Frauen hat das Land“ (1.3. -8.3.2011): 3,7 Mio Seher/innen
- Gesundheitsinitiative „Bewusst gesund: Liebe ist die beste Medizin“ (30.4. – 6.5.2011): 3,1 Mio. Seher/innen

Etablierung von wichtigen ORF-Initiativen zu zentralen gesellschaftlichen Bereichen

Gesundheit

„Bewusst gesund“

Das Thema „Gesundheit“ hat im ORF seit jeher einen hohen Stellenwert und erfreut sich größter Beliebtheit beim Publikum. Diesem Umstand hat der ORF in vielerlei Richtung Rechnung getragen: Gesundheit war („Fit mach mit“) und ist Dauerbrenner in allen ORF-Programmen und zahlreichen Formaten.

Dem ORF war und ist die Gesundheit der Österreicherinnen und Österreicher stets ein großes Anliegen.

Auf Anregung des ORF-Publikumsrats und um das entsprechende Angebot für das Publikum weiter zu verbessern, wurde unter der Dachmarke „Bewusst gesund“ die Gesundheitsberichterstattung noch effektiver zusammengeführt und intensiviert. Mit dieser Initiative, die wissenschaftlich vom ORF-Gesundheitsbeirat unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Siegfried Meryn begleitet und von der Leiterin des ORF- Gesundheitskompetenz-Zentrums, Dr. Ricarda Reinisch, koordiniert wird, bündelt der ORF die bereits vorhandenen Kompetenzen in diesem Bereich und verstärkt sein Serviceangebot.

Zur Stärkung des Themas in den öffentlich-rechtlichen Programmen des ORF gab es seit Anfang 2008 folgende Programminitiativen unter der Dachmarke „Bewusst gesund“:

„Bewusst gesund – die Initiativen“:

Zweimal jährlich (Frühjahr und Herbst) finden „Bewusst gesund“ – Initiativen zu verschiedenen Themen statt: 2008: „Unser Herz“ und „Bewegung – Rücken“; 2009: „Bewusst gesund“ – Leicht gemacht“ und „Vorsorge fürs Leben“ (mit einer Vorsorge-Tour durch

Österreich gemeinsam mit dem Gesundheits-Ministerium und dem Hauptverband der Sozialversicherungen); 2010: „Bewusst gesund in die Zukunft“ und „Mut zum Leben“; 2011: „Liebe ist die beste Medizin“.
„Bewusst gesund – ein Leben lang“ (Vorsorge) ist für Oktober 2011 geplant

Eine Woche lang steht das „Bewusst gesund“-Thema im Mittelpunkt der Berichterstattung. Alle Medien (TV, Hörfunk, Landesstudios, Online und Print) des ORF berichten aus den unterschiedlichsten Gesichtspunkten über das jeweilige Thema. Die zentrale TV-Sendung der Initiativwoche ist die Sendung „Stöckl live“.

„Bewusst gesund – das Magazin“:

Seit 13. November 2010 gibt es die wöchentliche Sendung „Bewusst gesund“ jeden Samstag um 17.05 und in ORF 2. Sie wird geleitet von Dr. Ricarda Reinisch

Integration

Um die Chancen der Integration sichtbarer zu machen und zu stärken, haben österreichische Unternehmen und Interessenverbände unter Koordination des Vereins „Wirtschaft für Integration“ gemeinsam mit dem ORF den Österreichischen Integrationspreis ins Leben gerufen, der heuer zum zweiten Mal vergeben wurde.

Der Österreichische Integrationspreis würdigt nicht nur bestehende Leistungen, sondern soll auch Ansporn für weitere Aktivitäten liefern und positive Beispiele vor den Vorhang holen: Es geht darum zu zeigen, welche positiven Auswirkungen gelungene Integration auf das Leben aller Österreicherinnen und Österreicher hat.

Klimaschutz

Gemeinsam mit dem Lebensministerium vergibt der ORF seit 2008 den Österreichischen Klimaschutzpreis in jeweils vier Kategorien an Unternehmen, Organisationen, Vereine, öffentliche Einrichtungen und Privatpersonen mit kreativen ökologischen Ideen. Die Umsetzung des Klimaschutzpreises erfolgt in Zusammenarbeit mit der Klimaschutzinitiative klima:aktiv.



Nachbar in Not

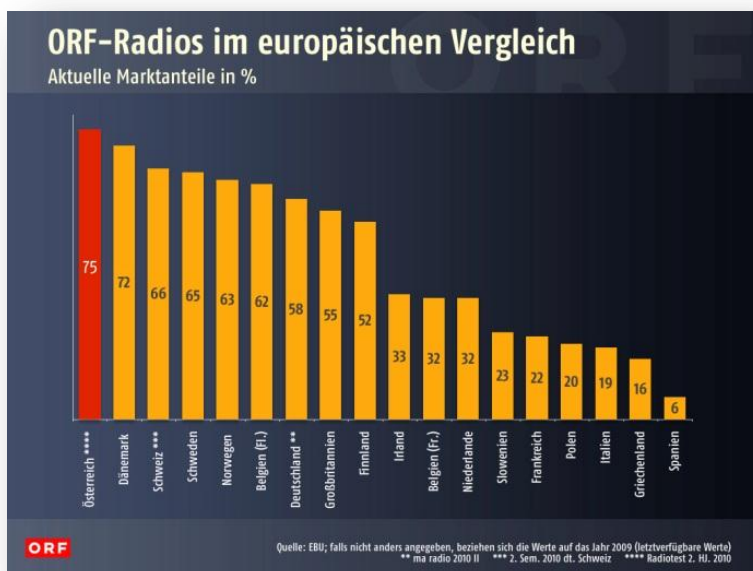
Der ORF reagierte auf die Erdbebenkatastrophe in Haiti 2010 und die Überschwemmungskatastrophe in Pakistan und konnte durch Aktivitäten für „Nachbar in Not“ in Summe 19,8 Mio. Euro an Spendengeldern sammeln.

BILANZ DER ORF-RADIOS

Auch die ORF-Radioflotte ist weiterhin klarer Marktführer. Trotz deutlicher Zunahme der kommerziellen Konkurrenzangebote konnten Ö3, Ö1, FM4 und die ORF-Regionalradios ihre starke Position behaupten und absichern:

Marktführerschaft abgesichert

Der Marktanteil der ORF-Radios liegt im 1. Halbjahr 2011 bei 75 Prozent. Hitradio Ö3 ist weiterhin das meistgehörte Radioprogramm Österreichs und erreicht täglich 2,8 Mio. Menschen (10+) bei einem Marktanteil von 31 %. Die ORF-Regionalradios erreichen einen Marktanteil von 36 %, Ö1 ist mit einem Marktanteil von 6 % nach wie vor das meistgehörte Kulturradio Europas und das ORF-Jugendkulturradio FM4 konnte bei seiner Reichweite deutlich zulegen (2006: 2 % RW, 2011: 4 % RW).



ORF-Radios auch im europäischen Vergleich stark

Mit 76 % MA sind die ORF-Radios die Spitzenreiter im Vergleich mit öffentlich-rechtlichen Radios in Europa. Ö1 ist mit 700.000 Hörerinnen und Hörer pro Tag sogar der erfolgreichste Kulturradiosender Europas.



Die ORF-Radios konnten ihre starke Position in den Jahren 2007 bis 2011 durch laufende Programminnovation und kontinuierliche Weiterentwicklung behaupten. Die zentralen Programmmaßnahmen und -schwerpunkte der einzelnen Sender waren unter anderem:



Österreich 1

- Fortsetzung des bewährten Konzepts der Programmschwerpunkte
- Festspielsender: im Durchschnitt werden um die 150 Veranstaltungen von rund 30 Festivals übertragen/ausgestrahlt; Höhepunkt sind jeweils die Salzburger Festspiele
- „40 Jahre Ö1“ – 200 Sendungen Zeitreise (2007)
- Zwei neue Kinderformate „Ö1 Kinderuni“, „Doremifa“ (2007)
- Vier zeitgeschichtliche Schwerpunkte „1918 – 1938 – 1948 – 1968“ und weitere Schwerpunkte u. a. „Bürokratie“, „Arbeit“ (2008)
- Zeitgeschichtlicher Programmschwerpunkt zum Umschwung in Europa „1989 – 20 Jahre danach“ (2009)
- Breite Berichterstattung aus und rund um die Europäische Kulturhauptstadt Linz (2009)
- Schwerpunktwoche Litauen (2009)
- 20 Jahre Radiodoktor (2010)
- Sieben Live-Übertragungen vom Volksmusikfestival „Glatt & Verkehrt“ (2010)



Hitradio Ö3

- „Sound-Check“: größter Bandwettbewerb des Landes
- Ö3-Wundertüte als wichtiger Beitrag für Licht ins Dunkel
- Start Initiative „Die neuen Österreicher – neuer Pop und Rock aus Österreich“ (2007)
- Start „Team Österreich“ für Katastrophenhilfe mit dem Roten Kreuz (2007)
- offizielles Radio der UEFA EURO 2008 – dazu z. B. Verkehrsfunk in den 14 Sprachen der teilnehmenden Länder (2008)
- 670 Gruppen beim Ö3-„Soundcheck“ (2008)
- Ausbau des „Team Österreich“: „Team Österreich Tafel“ mit Rotem Kreuz (2010)
- „Guten Morgen Düsseldorf“ – österreichische Vorausscheidung zum Song Contest (2011)



FM4: Ausgesuchte Höhepunkte 2007 – 2010

- FM4 Soundpark – Online Plattform für Musik aus Österreich
- Bevorzugter Medienpartner bei den größten Musikfestivals in Österreich
- Internationale Topstars bei FM4-Radio-Sessions
- Schwerpunktwochen z. B. „love me gender – FM4 zum Verhältnis der Geschlechter (2007)
- Schwerpunkte z. B. Nationalratswahlen (2008)
- Party „FM4 Unlimited Club“ im Wiener Rathaus (2009)
- Schwerpunkte z. B. „Fleischproduktion“, „Körpernormen“, „Armut in Österreich“, „Arbeitslosigkeit“ (2010)

Weiters konnte in der Geschäftsführungsperiode das ORF-Radio-Symphonieorchester nicht nur wirtschaftlich abgesichert, sondern unter seinem neuen Chefdirigenten Cornelius Meister und dem neuen Orchester-Chef Christian Scheib auch künstlerisch weiterentwickelt werden. Das ORF-RadioKulturhaus hat sich als Kulturinstitution fix etabliert.



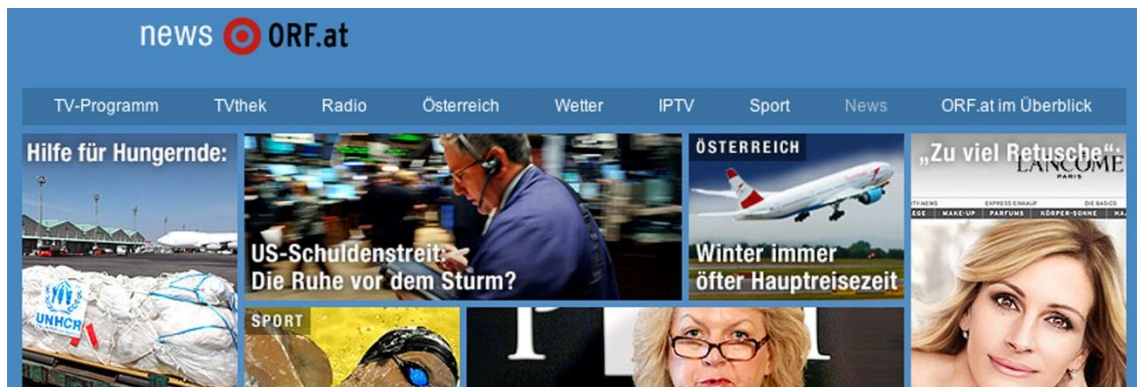
RSO Wien Ausgesuchte Höhepunkte: 2007- 2010

- Japantournee (2007)
- Sieben österreichische Erstaufführungen, zwei Uraufführungen (2007)
- Erstes Filmmusikkonzert „Hollywood in Vienna – Vienna in Hollywood (2007)
- Zwei Uraufführungen, sieben österreichische Erstaufführungen (2008)
- Drei Uraufführungen, drei österreichische Erstaufführungen (2009)
- Cornelius Meister neuer RSO-Chefdirigent (2009)
- Die Orchesterminiaturen - 40 Jahre ORF Radio-Symphonieorchester Wien (2010)

ORF-RadioKulturhaus

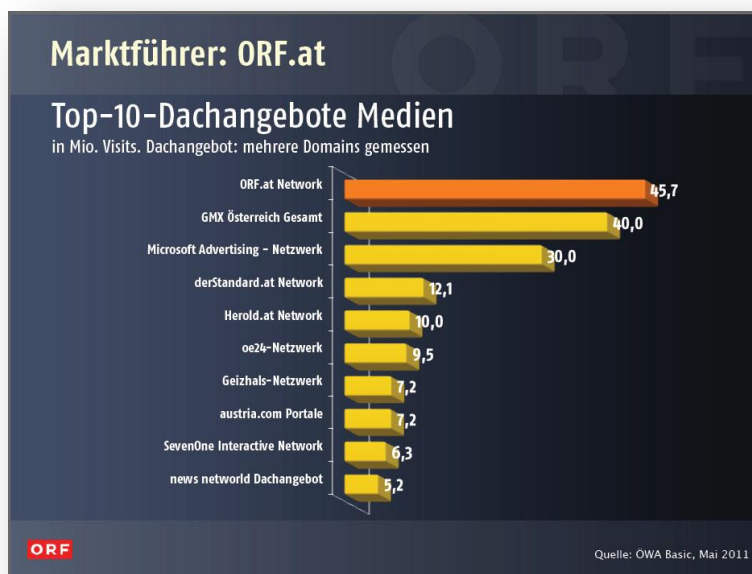
Das RadioKulturhaus konnte seine Position als mediale Plattform für die heimische Kunst, als Partner für Kultur und Wirtschaft, als Schnittstelle zwischen dem ORF und seinem Publikum weiter festigen.

- Steigende Bindung zu den Menschen durch Vorteilskarten
- Genaue Ansprache inhomogener, kleiner Zielgruppen
- Durchschnittliche Besucher/innen-Auslastung 74 %
- Aus mehr als 300 Veranstaltungen/Jahr werden rund 250 Radiostunden und zukünftig auch TV-Sendungen (ORF III)



Online und TELETEXT

Auch im Bereich der neuen Medien hat der ORF seine starke Position in allen Bereichen absichern bzw. sogar ausbauen können. Mit durchschnittlich rund 39 Mio. Visits (inklusive religion.ORF.at) und 4,7 Mio. Unique Clients pro Monat bestätigte das ORF.at-Network im Jahr 2010 seine Position als Marktführer. Allein im Mai kam das ORF.at Network auf 45.742.627 Visits (zusammenhängende Nutzungsvorgänge) und 291.095.476 Page-Impressions (Seitenaufrufe).



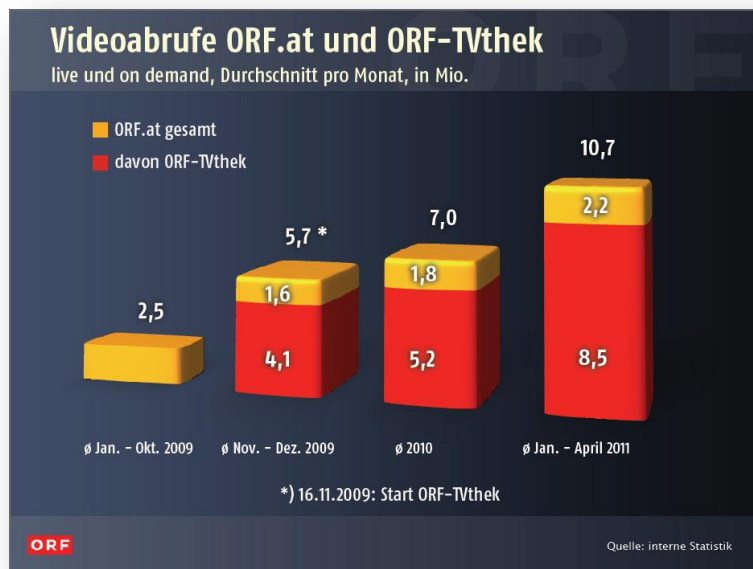
Den ORF TELETEXT nutzten im Jahr 2010 pro Woche durchschnittlich 14 Millionen Leserinnen und Leser. Das entspricht einem deutlichen Plus von 13 Prozent im Vergleich zu 2009. Mit einem Marktanteil von 69,6 % konnte der ORF TELETEXT weiterhin seine überlegene Marktführerschaft in Österreich halten.

ÖWA-Spitzenposition für ORF.at

Durchschnittlich 38.813.271 Visits (+10 Prozent im Vergleich zu 2009) und 4.718.397 Unique Clients (+13 % im Vergleich zu 2009) pro Monat bedeuten für das ORF.at-Network im Jahr 2010 die eindeutige Spitzenposition unter allen in der ÖWA geführten Dachangeboten.

ORF-TVthek: Erfolgreiche Videoplattform

Im November 2009 startete die ORF-TVthek mit mehr als 70 on demand verfügbaren TV-Sendungen. ORF-TVthek-Topmonat war März 2011 mit insgesamt 13,3 Mio. Videoabrufen. Seit Dezember 2010 ist die ORF-TVthek über iPhones und iPads abrufbar. Seit März 2011 kann man die Angebote der TVthek auf allen Smartphones nutzen. Seit dem Start der TVthek sind die Angebote barrierefrei zugänglich.



ORF TELETEXT trotz Digitalisierung weiterhin wichtiges Medium

2010 entfielen laut TELETEST mit einem Marktanteil von 69,6 Prozent weiterhin mehr als zwei Drittel der gesamten TELETEXT-Nutzungszeit auf das Angebot des ORF. Im Langzeitvergleich konnte, trotz der Zunahme von anderen Angeboten mit österreichspezifischem Content und deren durch die Digitalisierung steigenden technischen Reichweite, das hohe Niveau gehalten werden. Im März 2009 wurde der ORF TELETEXT im Zuge eines Relaunchs inhaltlich und im Design modernisiert. Dadurch wurde der TELETEXT noch attraktiver und publikumsfreundlicher. Fast eine Million Aufrufe täglich bestätigen den Erfolg des Relaunchs.

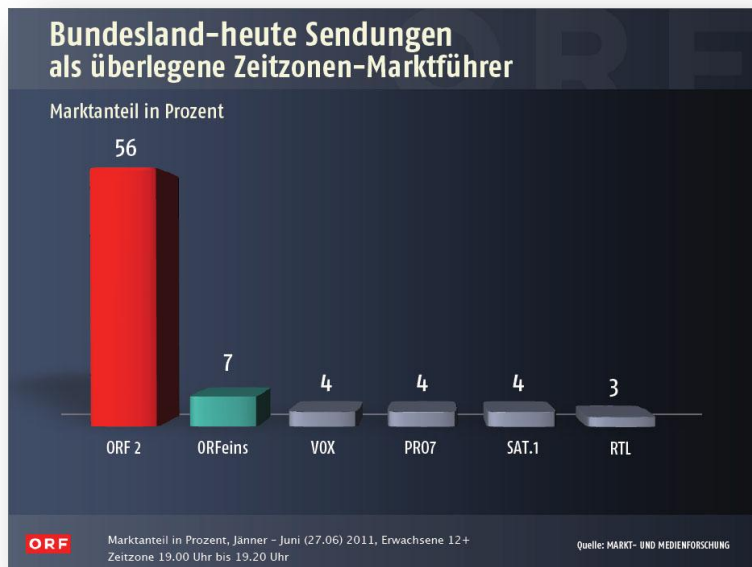
ORF-Landesstudios

Auch die ORF-Landesstudios haben sich zwischen 2007 und 2011 trotz schwieriger Rahmenbedingungen sehr gut entwickelt. Sie leisten mit ihren erfolgreichen Programmen mit rd. 75.500 Stunden im Radio, 1.562 Stunden im Fernsehen und den regionalen Online-Seiten einen ganz wesentlichen Beitrag zum Gesamterfolg der ORF-Programme.

Regionale Marktführerschaft in Radio, Fernsehen und Online

Die neun „Bundesland heute“-Sendungen werden jeden Tag von rd. einer Mio. Zuseherinnen und Zusehern genutzt und erreichen einen nationalen Marktanteil von 56% (1. HJ 2011).

Die ORF-Regionalradios sind trotz der hohen regionalen Konkurrenz mit mehr als 2,5 Mio. Hörern täglich und einem Marktanteil von 36% klare regionale Marktführer.



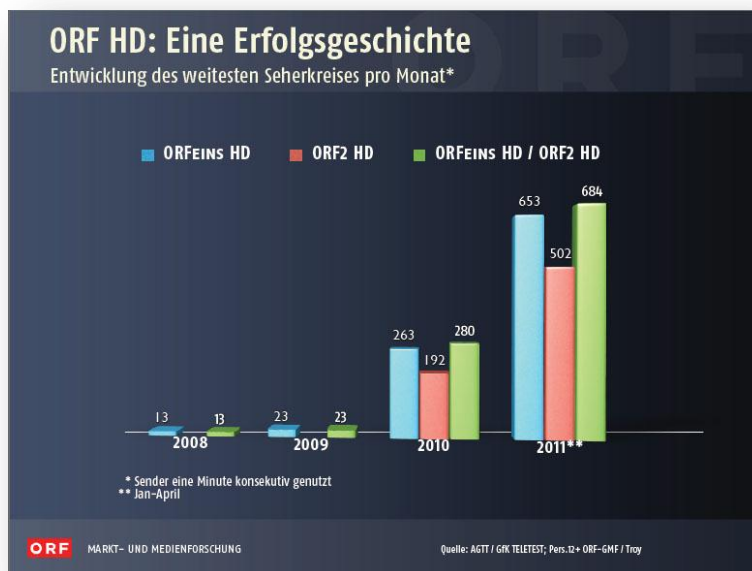
Regionale Kulturträger

Die ORF-Landesstudios sind nicht nur die medialen Identifikationspunkte ihrer Bundesländer, sondern auch wichtige Kulturveranstalter ihrer Regionen. Sie leisten durch ihre zahlreichen Off-Air-Aktivitäten, Veranstaltungen und die Kooperation mit zahlreichen regionalen Kulturveranstaltern einen unverzichtbaren Beitrag für einen gelebten Föderalismus in Österreich – von den „Tagen der deutschsprachigen Literatur“,

das Musikfestival Grafenegg, die Linzer Klangwolke, die Ars Electronica, über die Rauriser Literaturtage, die Eggenberger Schlosskonzerte, den Operettensommer Kufstein bis zu den Opernfestspielen in St. Margarethen oder dem Donauinselfest.

Zukunftsweisende technologische Innovationen umgesetzt

Mit der Digitalisierung der terrestrischen TV-Übertragung (DVB-T), der Einführung des HDTV-Standards und dem Launch der On-demand-Plattform TVthek konnten zwischen 2007 und 2010 zukunftsweisende technologische Innovationen umgesetzt und der Medienstandort Österreich damit entscheidend modernisiert werden, wie von Generaldirektor Wrabetz im Bewerbungskonzept 2006 umrissen.



Einführung HDTV-Standard

Mit dem Start von ORF eins HD und ORF 2 HD hat der ORF als erster öffentlich-rechtlicher Anbieter in Europa seine Programme auch im neuen HDTV-Standard angeboten: Seit 2. Juni 2008 ist ORF eins via Digitalsatellit im hochauflösenden TV-Standard empfangbar, ORF 2 folgte am 5. Dezember 2009. Mittlerweile sind viele internationale Anbieter diesem Beispiel gefolgt. Das Publikum nutzt die ORF-TV-Programme in HDTV sehr gut, was die Richtigkeit dieses Innovationsschrittes unterstreicht. 2008 nutzten erst wenige tausend Österreicherinnen und Österreicher HD-Angebote, 2011 sind es schon rund 700.000 Seherinnen und Seher, die ORF-HD regelmäßig nutzen.

Digitalisierung der terrestrischen TV-Übertragung

Seit 2007 hat der ORF im Auftrag des Gesetzgebers und in Umsetzung europäischer Vorgaben sein terrestrisches Sendernetz digitalisiert und auf den DVB-T-Standard umgestellt.



Launch TVthek

Mit der ORF-TVthek hat der ORF eine erfolgreiche Online-Videoplattform für seine Programme gelauncht. Sie erreicht bis zu 13 Mio. Videoabrufe im Monat (siehe oben).