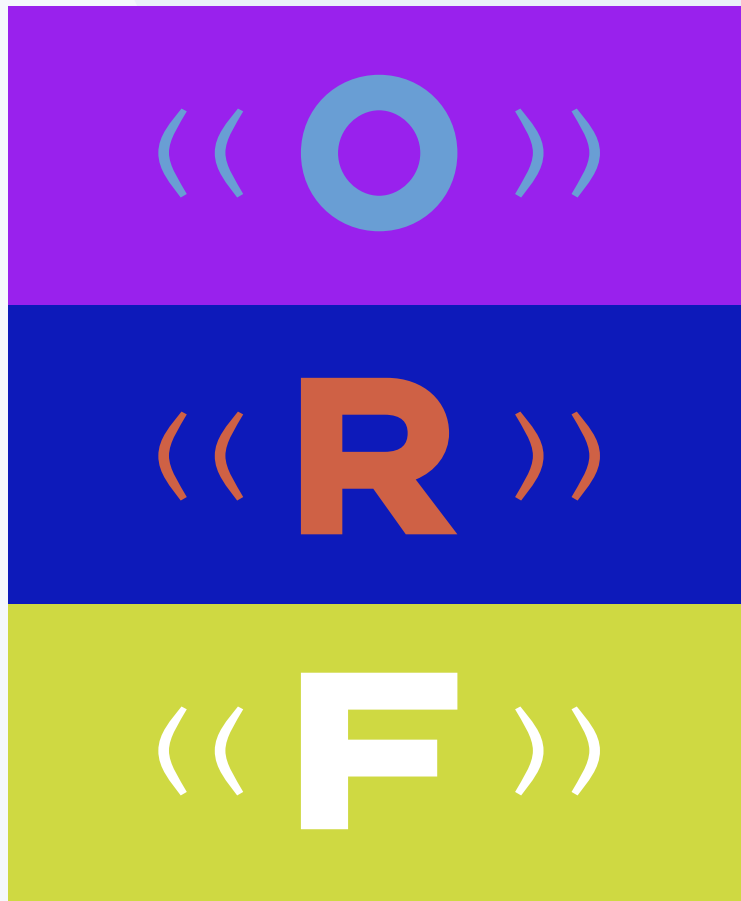




Das Zukunftsforum

Offen. Relevant. Für alle.

Bericht zur Auswertung der Online-Konsultation

Wien, 2026

Eine Initiative des Bundesministeriums für Wohnen,
Kunst, Kultur, Medien und Sport

bmwkms.gv.at

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:
Bundesministerium für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport,
Radetzkystraße 2, 1030 Wien

bmwkms.gv.at

Wien, 31. August 2026

Inhalt

Vorbemerkungen	4
Executive Summary	5
1 Aufbau und Methodik	6
2 Ergebnisse der geschlossenen Mehrfachauswahlfragen	7
3 Ergebnisse der offenen Fragen	10
3.1 „Öffentlich-rechtlicher Auftrag und Vertrauen“	10
3.2 „ORF für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene“	14
3.3 Kooperationen, Plattformen und KI“	18
3.4 Themenbereich „Governance und Regulierung“	23
4 Übergreifende Befunde und Spannungsfelder	28
4.1 Gemeinsame Grundlinien	28
4.2 Offene Gestaltungsfragen.....	28
5 Prioritäten für das ORF-Zukunftsforum	29
5.1 Methodische Hinweise	29
5.2 Reihung der Prioritäten	30
5.3 Gesamtranking aller Prioritäten	33
Anhang	34
Methodisches Vorgehen bei der Auswertung der Antworten	34
Methodische Grenzen.....	35
Liste des angefragten Fachpublikums	36

Vorbemerkungen

Im Vorfeld des ORF-Zukunftsforums führte das Bundesministerium für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport eine Online-Konsultation unter Vertreter:innen aus Medien, Wissenschaft, Politik, Zivilgesellschaft, Kultur- und Kreativwirtschaft sowie Sport durch (Liste im Anhang). Ziel war es, fachliche Einschätzungen, Reformvorschläge und konkrete Lösungsansätze für die Weiterentwicklung des ORF und des österreichischen Mediensystems zu erheben.

Die Konsultation bildet eine fachliche Grundlage für den weiteren Reformprozess auf Basis des Regierungsprogramms. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie der ORF unter veränderten technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen unabhängig, digital handlungsfähig, transparent, bürgernah, regional verankert und nachhaltig weiterentwickelt werden kann.

Die Konsultation lief vom 6. Juli bis 10. August 2026. Von 412 personalisiert eingeladenen Institutionen und Privatpersonen nahmen 184 teil; dies entspricht einer Rücklaufquote von 44,66 %. Die Auswertung erfolgte anonymisiert.

Die Ergebnisse bilden die Einschätzungen des teilnehmenden Fachpublikums ab und sind weder repräsentativ für die Gesamtbevölkerung noch für sämtliche Akteurinnen und Akteure des österreichischen Mediensystems.

Executive Summary

Die Ergebnisse lassen mehrere klare thematische Schwerpunkte erkennen. Im Zentrum stehen unabhängiger Qualitätsjournalismus, demokratische Funktion und Public Value. Daneben prägen Digitalisierung, die Erreichbarkeit junger Zielgruppen, Kooperationen und der Umgang mit KI die Diskussion darüber, wie der Auftrag unter veränderten Mediennutzungs- und Wettbewerbsbedingungen erfüllt werden kann.

- In den offenen Antworten zu Governance und Vertrauen stehen Gremienreform, redaktionelle Unabhängigkeit und transparente Bestellungsverfahren im Vordergrund. Über die Themenbereiche hinweg gilt Digitalisierung als Voraussetzung für Reichweite und Auftragserfüllung. Das betrifft eigene digitale Angebote ebenso wie die Präsenz auf Drittplattformen, plattformgerechte Formate und einen verantwortungsvollen Einsatz von KI.
- Am häufigsten genannt werden Kooperationen bei Infrastruktur, Technologie, Faktenchecks und Medienkompetenz. Zugleich wird diesbezüglich aber auch die Wahrung der publizistischen und redaktionellen Eigenständigkeit betont.
- Uneinig sind sich die Teilnehmenden bei der Ausgestaltung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, bei der Abgrenzung zum privaten Medienmarkt und bei der konkreten Plattformstrategie. Die Häufigkeit der Nennungen zeigt, welche Themen als besonders relevant angesehen werden. Daraus lässt sich jedoch keine Zustimmung zu einer bestimmten Reformoption ableiten.
- In der abschließenden Prioritätensetzung des Fachpublikums ist Governance/Unabhängigkeit das mit Abstand stärkste Themencluster, gefolgt von Digitalisierung/Plattformen/KI. Dahinter folgen Qualitätsjournalismus/Vertrauen, Finanzierung und der öffentlich-rechtliche Auftrag.

1 Aufbau und Methodik

Der Bericht unterscheidet drei Auswertungsebenen, die aufgrund der unterschiedlichen Frageformate methodisch getrennt behandelt werden:

- Geschlossene Mehrfachauswahlfragen: Hier werden die Zahl der Nennungen und der Anteil der 184 Teilnehmenden ausgewiesen, die die jeweilige Antwortoption gewählt haben. Da Mehrfachnennungen möglich waren, können sich die Prozentwerte auf mehr als 100 % summieren.
- Offene Sachfragen: Die Freitextantworten wurden KI-unterstützt in Anlehnung an die qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring ausgewertet und anschließend redaktionell geprüft. Die Kategorien wurden induktiv aus dem Material entwickelt; Mehrfachcodierungen waren zulässig, wenn ein Antwortfeld mehrere eigenständige Aussagen enthielt. Die Prozentwerte bezeichnen daher Themenpräsenz in Antwortfeldern, nicht Stimmenanteile.
- Prioritätenfragen: Jede Prioritätsnennung wurde genau einem Themencluster zugeordnet. Für die Gesamtbetrachtung kam zusätzlich eine Gewichtung zum Einsatz:
 - 3 Punkte für Priorität 1,
 - 2 Punkte für Priorität 2,
 - 1 Punkt für Priorität 3.

Für alle drei Ebenen gilt derselbe Grundsatz: Häufigkeit zeigt Relevanz, aber nicht automatisch Zustimmung zu einer bestimmten Option. Wegen der Auswahl des Fachpublikums und der freiwilligen Teilnahme ist die Konsultation zudem nicht repräsentativ.

2 Ergebnisse der geschlossenen Mehrfachauswahlfragen

Tabelle 1: Wo sehen Sie mittelfristig die größten Herausforderungen für den ORF und das österreichische Mediensystem?

Vorgegebene Themenbereiche (Mehrfachauswahl möglich)	Anzahl	Prozent*
Veränderte Mediennutzung und sinkende Reichweiten klassischer Medien	100	54,3 %
Finanzierung und langfristige wirtschaftliche Absicherung	80	43,5 %
Politische Unabhängigkeit und Schutz vor Einflussnahme	79	42,9 %
Dominanz globaler Plattformen und neue Distributionslogiken	78	42,4 %
Auswirkungen von KI, Algorithmen und Desinformation	76	41,3 %
Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Akzeptanz journalistischer Medien	69	37,5 %
Zusammenarbeit oder Kooperationen zwischen ORF, privaten Medien und weiteren Medienakteurinnen/Medienakteuren	21	11,4 %
Regionale Versorgung und Rolle der ORF-Landesstudios	19	10,3 %
Sonstiges	12	6,5 %
Keine Angabe	0	0,0 %
Insgesamt	534	—

* Anteil der Teilnehmer:innen in Prozent

Tabelle 2: Welche Reformen sollten im ORF in den nächsten Jahren prioritär umgesetzt werden?

Vorgegebene Themenbereiche (Mehrfachauswahl möglich)	Anzahl	Prozent*
Stärkung der digitalen Strategie und Plattformfähigkeit	104	56,5 %
Stärkung der politischen und redaktionellen Unabhängigkeit	104	56,5 %
Reform von Organisation, Gremien und Entscheidungsstrukturen	95	51,6 %
Stärkung von Vielfalt, Qualitätssicherung und Perspektivenbreite	65	35,3 %
Stärkung österreichischer Inhalte, Produktionen und regionaler Verankerung	55	29,9 %
Weiterentwicklung des Programm- und Online-Auftrags	54	29,3 %
Ausbau von Publikumsdialog und Beteiligungsmöglichkeiten	30	16,3 %
Weiterentwicklung von Finanzierungs- und Ressourcensteuerung	19	10,3 %
Sonstiges	11	6,0 %
Keine Angabe	0	0,0 %
Insgesamt	537	—

* Anteil der Teilnehmer:innen in Prozent

Tabelle 3: In welchen Bereichen wären Kooperationen zwischen ORF und privaten Medien sinnvoll?

Vorgegebene Themenbereiche (Mehrfachauswahl möglich)	Anzahl	Prozent*
Gemeinsame Technologie- und Infrastrukturlösungen	100	54,3 %
Kooperationen bei Faktenchecks und im Umgang mit Desinformation	87	47,3 %
Gemeinsame Initiativen zu Medienkompetenz und Publikumsbildung	77	41,8 %
Zusammenarbeit bei Daten, KI und digitalen Standards	64	34,8 %
Kooperationen bei Film-, Serien- und Contentproduktion	47	25,5 %
Gemeinsame Werbe- und Vermarktungsplattform	41	22,3 %
Zusammenarbeit bei Regionalberichterstattung und regionaler Öffentlichkeit	38	20,7 %
Gemeinsame Archiv- und Plattformlösungen	36	19,6 %
Zusammenarbeit bei Barrierefreiheit und digitaler Zugänglichkeit	24	13,0 %
Sonstiges	6	3,3 %
Keine Angabe	2	1,1 %
Insgesamt	522	—

* Anteil der Teilnehmer:innen in Prozent

Fazit

Bei den Herausforderungen wird die veränderte Mediennutzung mit sinkenden Reichweiten klassischer Medien am häufigsten genannt. Dahinter folgen Finanzierung, politische Unabhängigkeit, die Dominanz globaler Plattformen sowie KI, Algorithmen und Desinformation.

Bei den prioritären Reformen liegen digitale Strategie und Plattformfähigkeit sowie politische und redaktionelle Unabhängigkeit gleichauf, dicht gefolgt von der Reform von Organisation, Gremien und Entscheidungsstrukturen. Digitale und institutionelle Reformen werden damit gleichermaßen als zentrale Handlungsfelder sichtbar.

Bei Kooperationen stehen Technologie- und Infrastrukturlösungen, Faktenchecks, Medienkompetenz sowie Daten, KI und digitale Standards im Vordergrund – also gerade jene Bereiche, in denen technologische oder gesellschaftliche Herausforderungen für alle Medienanbieter bestehen.

Die geschlossenen Fragen markieren thematische Schwerpunkte, die nachfolgenden offenen Fragen zeigen deren inhaltliche Ausgestaltung und – teils unterschiedliche – Lösungsansätze.

3 Ergebnisse der offenen Fragen

3.1 „Öffentlich-rechtlicher Auftrag und Vertrauen“

Je Frage lagen 184 Antwortfelder vor. Die beiden Fragen wurden getrennt codiert und anschließend inhaltlich verdichtet; inhaltsleere Angaben wurden dokumentiert, aber nicht codiert.

Tabelle 4: Ergebnisse der Frage 1: „Welche Aufgaben soll der ORF künftig unbedingt erfüllen?“

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Unabhängige, verlässliche Information und Qualitätsjournalismus	142	77,2 %	Faktenbasierte, objektive, gut recherchierte Information; Orientierung; Unabhängigkeit von politischer und wirtschaftlicher Einflussnahme.
Kultur, Bildung, Wissenschaft und österreichische Identität	93	50,5 %	Breiter Bildungs- und Kulturauftrag, Wissenschaftsvermittlung, österreichische Produktionen und kulturelle Identität.
Demokratie, Diskurs, Zusammenhalt und Medienkompetenz	55	29,9 %	Demokratische Öffentlichkeit, Meinungsbildung, Zusammenhalt, Desinformationsabwehr und Medienkompetenz.
Vielfalt, Inklusion, Barrierefreiheit und Minderheiten	51	27,7 %	Gesellschaftliche Vielfalt; Zugang für Minderheiten, Volksgruppen und Menschen mit Behinderungen.
Digitale Transformation und plattformübergreifende Verfügbarkeit	49	26,6 %	Öffentlich-rechtliche Inhalte auf digitalen, sozialen und On-Demand-Kanälen; technologische Souveränität.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitext-analyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Unterhaltung und Sport als Teil des Vollprogramms	40	21,7 %	Qualitätsvolle Unterhaltung und Sport als verbindende, reichweitenstarke Bestandteile des öffentlich-rechtlichen Angebots.
Regionalität und föderale Verankerung	29	15,8 %	Stärkere regionale Berichterstattung, Landesstudios und Sichtbarkeit der Bundesländer.
Kooperation/Medienstandort und Abgrenzung zum privaten Markt	26	14,1 %	Kooperation mit privaten Medien und Kreativwirtschaft; teils Forderung nach klarerer Markt-Abgrenzung.
Kinder, Jugend und junge Zielgruppen	23	12,5 %	Hochwertige Angebote für Kinder und Jugendliche auf deren Nutzungswegen.
Krisen-, Service- und Notfallfunktion	13	7,1 %	Verlässliche Information, Aktivierung und Notfallkommunikation in Krisen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- Information und Qualität: Verlässliche, faktenbasierte und politisch unabhängige Berichterstattung wird als Kernauftrag gesehen und zugleich als Orientierung in einem von Desinformation geprägten Umfeld.
- Public Value und gesellschaftliche Funktion: Kultur, Bildung, Wissenschaft, österreichische Inhalte, demokratische Debatte, Vielfalt und Inklusion gehen deutlich über reine Information hinaus und erweitern den Auftrag entsprechend.
- Digitale Zugänglichkeit: Zeitgemäße Nutzungswege, insbesondere digitale Kanäle, gelten als Voraussetzung für die Erreichbarkeit jüngerer Zielgruppen.
- Umfassender Auftrag versus Beschränkung: Einem breiten Vollauftrag stehen Forderungen nach stärkerer Beschränkung, klarerer Marktabgrenzung und Kooperation mit privaten Medien gegenüber.

Tabelle 5: Ergebnisse der Frage 2: „Welche Maßnahmen können Transparenz und Glaubwürdigkeit stärken?“

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitext-analyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Entpolitisierung und Reform der Aufsichtsgremien	78	42,4 %	Politikferne, fachlich legitimierte und unabhängige Aufsicht; Reform von Stiftungs- und Publikumsrat.
Redaktionelle Unabhängigkeit und journalistische Qualitätsstandards	69	37,5 %	Schutz der Redaktionen, sachliche und ausgewogene Berichterstattung, verbindliche Qualitäts- und Ethikstandards.
Publikumsdialog, Beteiligung und Nähe zu Bürger:innen	49	26,6 %	Dialogforen, Publikumsbeteiligung, Feedback, Nähe zu Bürger:innen.
Transparente Bestellungen, Personal- und Gehaltsstrukturen	39	21,2 %	Nachvollziehbare Besetzungen und professionelle Auswahlverfahren sowie Transparenz bei Gehältern.
Offenlegung von Entscheidungen, Sitzungen und Governance-Prozessen	36	19,6 %	Nachvollziehbare Entscheidungsgrundlagen, öffentliche Sitzungen und transparente M-Prozesse.
Nachvollziehbarkeit von Recherche, Quellen und Trennung Nachricht/Meinung	33	17,9 %	Quellentransparenz und klare Kennzeichnung von Nachricht, Analyse und Meinung.
Fehlerkultur, Korrekturen und Beschwerde-/Ombudswege	31	16,8 %	Sichtbare Korrekturen, aktive Fehlerkultur und wirksame Mechanismen in Beschwerde- bzw. Ombudsfällen.
Finanz-, Kosten- und Mitteltransparenz/externe Kontrolle	26	14,1 %	Transparente Mittelverwendung, Kosten- und Effizienzkontrolle sowie externe Prüfung.
Faktenchecks, Desinformation und Medienkompetenz	13	7,1 %	Faktenchecks und Aufklärung über Desinformation als vertrauensbildende journalistische Leistung.
Transparenz bei KI, Algorithmen und digitalen Systemen	9	4,9 %	Kennzeichnung und Offenlegung des Einsatzes von KI, Algorithmen, Daten und digitalen Infrastrukturen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- Governance: Eine politikfernere Aufsicht, Reformen von Stiftungs- und Publikumsrat sowie transparente, fachlich begründete Bestellungen gelten als zentrale Voraussetzung institutioneller Glaubwürdigkeit.
- Journalistische Nachvollziehbarkeit: Quellentransparenz, eine klare Trennung von Nachricht und Meinung sowie verbindliche Qualitätsstandards sollen das Vertrauen stärken.
- Rechenschaft und Kontrolle: Mittelverwendung und Entscheidungen sollen nachvollziehbar sein, ergänzt um wirksame Beschwerde- und Kontrollmechanismen.
- Publikumsdialog: Beteiligungs- und Feedbackformate gelten als Instrumente, um Nähe zu Bürger:innen und Rechenschaft gegenüber dem Publikum zu stärken.

Fazit

In den Antworten auf beide Fragen wird Vertrauen sowohl journalistisch als auch institutionell begründet – durch unabhängige, faktenbasierte Information ebenso wie durch politikferne, transparente Entscheidungen und nachvollziehbare Mittelverwendung.

Ein zentrales Spannungsfeld bleibt die konkrete Ausgestaltung des öffentlich-rechtlichen Auftrags: Den Forderungen nach einem breiten Angebot stehen Positionen gegenüber, die stärkere Beschränkung und klarere Abgrenzung zu kommerziellen Medienangeboten verlangen.

3.2 „ORF für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene“

Je Frage lagen 184 Antwortfelder vor; inhaltsleere Angaben wurden dokumentiert, aber nicht codiert.

Tabelle 6: Ergebnisse der Frage 1: Wie soll der ORF junge Zielgruppen künftig inhaltlich erreichen?

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitext-analyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Zielgruppengerechte Formate, Sprache und Erzählweisen	94	51,1 %	Zeitgemäße, attraktive, plattform-gerechte Erzählformen auf Augenhöhe.
Digitale Präsenz und Nutzung relevanter Plattformen	93	50,5 %	Erreichbarkeit junger Zielgruppen auf den von ihnen genutzten digitalen Kanälen und Social Media-Plattformen.
Information, Qualität und Glaubwürdigkeit	50	27,2 %	Qualität und glaubwürdiger Journalismus müssen in Formaten für junge Zielgruppen erkennbar bleiben.
Österreichbezug, Regionalität, Kultur und Unterhaltung	39	21,2 %	Österreichische, regionale und kulturelle Inhalte sowie Unterhaltung, Musik und Sport sollen Identifikation und Relevanz schaffen.
Partizipation, Co-Creation und junge Perspektiven	29	15,8 %	Beteiligung junger Menschen an Themenwahl, Formatentwicklung und Programmgestaltung.
Lebenswelt- und Themenrelevanz	28	15,2 %	Abbilden konkreter Lebensrealitäten junger Menschen, etwa Ausbildung, Wohnen, Beruf, Klima, Gesundheit und Popkultur.
Medienkompetenz, politische Bildung und Demokratie	24	13,0 %	Medien- und Quellenkompetenz, politische Bildung sowie Schutz vor Desinformation als Kernaufgaben für junge Zielgruppen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Kooperation mit Schulen, Bildung und Jugendorganisationen	23	12,5 %	Schulen und Jugendorganisationen als Partner für Medienbildung, Beteiligung und Reichweite gesehen.
Junge Akteurinnen und Akteure, Moderatorinnen und Moderatoren, Creators und Prominente	13	7,1 %	Junge Journalistinnen und Journalisten, Moderatorinnen und Moderatoren, Creators und glaubwürdige Persönlichkeiten sichtbar an Produktion und Vermittlung beteiligen.
Eigene ORF-Plattformen/digitale Souveränität	10	5,4 %	Eigene, vertrauenswürdige ORF-Angebote und geringere Abhängigkeit von globalen Plattformen.
Kinder- und Jugendangebote als eigenständiger Auftrag	10	5,4 %	Altersadäquate Angebote, insbesondere auch für derzeit als vernachlässigt wahrgenommene Altersgruppen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- Relevanz und Form: Junge Zielgruppen sollen mit verständlichen, zeitgemäßen und plattformgerechten Formaten auf Augenhöhe erreicht werden. Der Lebensweltbezug ist dabei ebenso wichtig wie die Wahl des Kanals.
- Qualität und Public Value: Glaubwürdige Information, Medienkompetenz und politische Bildung sollen auch in kurzen, digitalen und unterhaltenden Formaten erkennbar bleiben.
- Beteiligung: Co-Creation und junge Perspektiven sollen die Angebote stärker an tatsächlichen Bedürfnissen ausrichten.
- Multiplattform-Strategie: Drittplattformen schaffen Reichweite, während eigene ORF-Angebote als dauerhaftes „digitales Zuhause“ und direkte Publikumsbeziehung gestärkt werden sollen.

Tabelle 7: Ergebnisse der Frage 2: Welche Formate oder Plattformstrategien wären sinnvoll?

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitext-analyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Social Media und Drittplattformen	42	22,8 %	Präsenz auf TikTok, Instagram, YouTube und weiteren relevanten Plattformen wird als wesentliche Reichweitenstrategie beschrieben.
Vielfältige Genres: Information, Doku, Fiktion, Sport, Musik	31	16,8 %	Breite, zielgruppengerecht gestaltete Genrepalette statt eines reinen Nachrichtenangebots.
Eigene Jugendformate/Vorbild funk	29	15,8 %	Eigenständiges Jugendangebot bzw. Netzwerk nach dem Vorbild von „funk“.
Mobile-First, Kurzvideo und plattformgerechte Formate	26	14,1 %	Kurze, mobile und eigens für Plattformen produzierte Videoformate.
Podcasts, Audio, Streaming und On-Demand	25	13,6 %	Podcasts, Audio, Streaming und On-Demand als Ergänzung bzw. Alternative zur linearen Nutzung.
ORF ON/eigene öffentlich-rechtliche Plattformen	24	13,0 %	ORF ON und weitere eigene Angebote sollen als dauerhaftes digitales Zuhause mit eigenständiger Produktlogik gestärkt werden.
Kooperationen und gemeinsame Infrastruktur	22	12,0 %	Kooperationen mit privaten Medien, Creators und anderen Partnerinnen und Partnern sollen Reichweite, Innovation und heimische Infrastruktur stärken.
Partizipative, interaktive und Community-Formate	20	10,9 %	Interaktion, Mitmachformate und Community-Einbindung sollen Bindung und Relevanz erhöhen.
Digitale Souveränität/Alternative zu Big Tech	16	8,7 %	Eigene oder europäische Infrastruktur, Datenschutz und geringere algorithmische Abhängigkeit werden als Public-Value-Aspekte gesehen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitext-analyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Social Media als Brücke zu ORF-Angeboten	10	5,4 %	Social Media soll primär als Einstieg bzw. Teaser zu eigenen ORF-Plattformen genutzt werden.
Crossmediale/Multiplattform-Strategie	7	3,8 %	Lineare Angebote, eigene digitale und externe Plattformen sollen strategisch miteinander verzahnt werden.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- Drittplattformen und eigene Angebote: Social Media wird vor allem als Reichweiten- und Erstkontaktkanal gesehen, während eigene ORF-Plattformen dagegen Bindung, Auffindbarkeit und langfristige Verfügbarkeit sichern sollen.
- Plattformgerechte Produktion: Kurzvideo, Podcasts, Live-Streams und serielle Formate sollen eigens für digitale Nutzung entwickelt und nicht lediglich aus linearen Angeboten abgeleitet werden.
- Eigenständige Jugendangebote: Immer wieder wird von den Teilnehmenden als Referenz ein eigenständiges Jugendangebot bzw. Netzwerk nach dem Vorbild von „funk“ (dem Online-Content-Netzwerk von ARD und ZDF) genannt.
- Strategisches Spannungsfeld: Einer breiten Präsenz auf globalen Plattformen stehen Forderungen nach stärkerer digitaler Souveränität, eigenen Infrastrukturen und klarer Abgrenzung gegenüber diesen Plattformen gegenüber.

Fazit

Über beide Fragen hinweg verbindet sich die Erreichbarkeit junger Zielgruppen mit zwei Anforderungen: Öffentlich-rechtliche Inhalte sollen auf den Nutzungskanälen der jungen Zielgruppen verfügbar sein, und junge Menschen sollen stärker an Themenwahl und Formatentwicklung beteiligt werden.

Die Antworten des Fachpublikums zeigen, dass vor allem der Umgang mit Plattformen umstritten ist: Reichweite über globale Plattformen generieren oder eigene öffentlich-rechtliche Infrastruktur aufbauen? Freilich müssen sich diese Optionen nicht gegenseitig ausschließen. Umstritten ist vielmehr, wie das richtige Gleichgewicht zwischen beiden Ansätzen aussehen soll.

3.3 Kooperationen, Plattformen und KI“

Je Frage lagen 183 Antwortfelder vor; inhaltsleere Angaben wurden dokumentiert, aber nicht inhaltlich codiert.

Tabelle 8: Ergebnisse der Frage 1: Welche Formen der Zusammenarbeit zwischen ORF und privaten Medien wären in diesem Zusammenhang sinnvoll?

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Technische Infrastruktur, Standards und gemeinsame Plattformen	95	51,9 %	Bündelung technischer Ressourcen durch gemeinsame Streaming-, Login-, Ad-Tech-, Daten- und Produktionsinfrastrukturen sowie interoperable Standards und Plattformlösungen, um Skaleneffekte zu erzielen und die heimische Medieninfrastruktur zu stärken.
Content-, Produktions- und Recherche-kooperationen	63	34,4 %	Gemeinsame Entwicklung, Produktion und Verbreitung von Inhalten, einschließlich Rechercheverbünden, Koproduktionen, regionalen Projekten, österreichischen Produktionen und Kooperationen bei Großereignissen.
Faktenchecks, Desinformation und Medienkompetenz	47	25,7 %	Medienübergreifende Zusammenarbeit bei Faktenchecks, der Bekämpfung von Desinformation sowie bei Medienbildungs- und Aufklärungsangeboten als gemeinsamer demokratiepolitischer Auftrag.
Archive, Daten, Rechte und Ressourcenteilung	45	24,6 %	Gemeinsame bzw. erleichterte Nutzung von Archiven, Daten, Studios, Produktionskapazitäten, Rechten und sonstigen Ressourcen; teilweise verbunden mit offenen Schnittstellen und fairen Zugangs- bzw. Abgeltungsmodellen.
Gemeinsame Vermarktung und Werbeinfrastruktur	37	20,2 %	Kooperative Werbe- und Vermarktungsmodelle, gemeinsame Buchungs- oder Vermarktungsplattformen und Erlösmodelle, um die Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Medien gegenüber internationalen Plattformen zu erhöhen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Redaktionelle Unabhängigkeit und klare Kooperationsgrenzen	36	19,7 %	Kooperation wird nur unter Wahrung der redaktionellen Eigenständigkeit, klarer Rollen, Transparenz und fairer Wettbewerbsbedingungen befürwortet; einzelne Antworten lehnen Kooperationen in sensiblen redaktionellen Bereichen grundsätzlich ab.
Medienvielfalt, Qualitätsjournalismus und Public Value	33	18,0 %	Zusammenarbeit soll unabhängigen Qualitätsjournalismus, kulturelle und gesellschaftlich relevante Inhalte sowie die Vielfalt des österreichischen Mediensystems stärken und nicht zu Verdrängung oder Konzentration führen.
KI-, Innovations- und Technologiekooperation	32	17,5 %	Gemeinsame Entwicklung und Nutzung von KI-Anwendungen, Software, Innovationsprojekten und technischen Kompetenzen, einschließlich gemeinsamer Leitlinien und Open-Source-Ansätze.
Rechtliche Rahmenbedingungen und Kooperationsgebot	32	17,5 %	Schaffung klarer, rechtssicherer und praktikabler gesetzlicher Rahmenbedingungen für Kooperationen; teils wird ein ausdrücklicher Kooperationsauftrag bzw. die Beseitigung wettbewerbs- und medienrechtlicher Hindernisse gefordert.
Österreichische / europäische digitale Souveränität	16	8,7 %	Aufbau bzw. Stärkung heimischer oder europäischer Plattformen, Technologien und Dateninfrastrukturen, um Abhängigkeiten von globalen Tech-Plattformen zu reduzieren und Wertschöpfung in Österreich bzw. Europa zu halten.
Aus- und Weiterbildung/Nachwuchsförderung	11	6,0 %	Gemeinsame Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Nachwuchsprogramme für Journalistinnen und Journalisten, Creators und Medienberufe sowie gemeinsamer Kompetenzaufbau bei Digitalisierung und KI.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- Infrastruktur und Ressourcen: Kooperationen werden vor allem dort häufig als sinnvoll beschrieben, wo sich parallele technische Entwicklungen vermeiden und gemeinsame Ressourcen effizient nutzen lassen.
- Gemeinsame Aufgaben: Faktenchecks, Medienkompetenz, Standards, Archive und teilweise auch Vermarktung werden als Felder mit erkennbarem gemeinsamem Nutzen erwähnt.
- Publizistische Eigenständigkeit: Bei journalistischen Inhalten soll Kooperation die redaktionelle Unabhängigkeit, die Medienvielfalt und die gegenseitige Kontrolle nicht beeinträchtigen.
- Rahmenbedingungen: Teilweise fordern die Teilnehmenden klare gesetzliche Grundlagen sowie faire, transparente und diskriminierungsfreie Kooperationsbedingungen.

Tabelle 9: Ergebnisse der Frage 2: Welche Rolle soll der ORF im Umgang bzw. in der Zusammenarbeit mit Plattformen und KI-Anbieter:innen einnehmen?

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Transparenter, verantwortungsvoller KI-Einsatz	58	31,7 %	KI soll nach nachvollziehbaren Regeln, transparent und gekennzeichnet eingesetzt werden; gefordert werden ethische Standards, Offenlegung, Verantwortlichkeit und Schutz vor manipulativer oder intransparenter automatisierter Inhaltsproduktion.
Digitale Souveränität und europäische Alternativen	40	21,9 %	Der ORF soll zur Entwicklung bzw. Nutzung österreichischer oder europäischer Alternativen zu dominanten globalen Plattformen und KI-Systemen beitragen und dadurch technologische sowie publizistische Abhängigkeiten verringern.
Aktive Gestaltungs-, Führungs- und Innovationsrolle	38	20,8 %	Der ORF soll technologische Entwicklungen nicht nur beobachten, sondern aktiv mitgestalten, Innovation vorantreiben, eigene Kompetenzen aufbauen und als öffentlich-rechtlicher Akteur Standards und Lösungen mitentwickeln.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Plattformpräsenz zur Reichweiten- und Zielgruppensicherung	34	18,6 %	Globale Plattformen sollen genutzt werden, um Reichweite, Auffindbarkeit und insbesondere jüngere Zielgruppen zu erreichen; zugleich wird häufig eine strategische Rückbindung an eigene ORF-Angebote verlangt.
Qualität, Glaubwürdigkeit, Faktencheck und Desinformation	30	16,4 %	Die besondere Rolle des ORF wird in verlässlicher Information, Verifikation und der Bekämpfung von Desinformation gesehen; journalistische Qualitätsstandards sollen auch in Plattform- und KI-Umgebungen erkennbar bleiben.
Menschliche redaktionelle Kontrolle und journalistische Verantwortung	26	14,2 %	Journalistische Entscheidungen und Verantwortung sollen bei Menschen bzw. Redaktionen verbleiben; KI darf redaktionelle Prüfung, professionelle Auswahl und menschliche Verantwortlichkeit nicht ersetzen.
Faire Vergütung, Urheberrecht und Lizenzierung	23	12,6 %	Gefordert werden Schutz und faire Abgeltung journalistischer und kreativer Inhalte gegenüber Plattformen und KI-Anbietern, klare Lizenzmodelle sowie die Wahrung von Urheber- und Leistungsschutzrechten.
KI als Werkzeug für Effizienz, Produktion und Barrierefreiheit	20	10,9 %	KI wird als unterstützendes Werkzeug für Produktion, Recherche, Übersetzung, Untertitelung, Barrierefreiheit, Personalisierung und effizientere Arbeitsprozesse gesehen, sofern Qualitäts- und Kontrollstandards eingehalten werden.
Kritische Distanz bzw. Begrenzung der Kooperation	18	9,8 %	Ein Teil der Antworten warnt vor zu enger Zusammenarbeit mit kommerziellen Plattform- und KI-Anbieter:innen und fordert klare Grenzen, Unabhängigkeit, eigene Infrastruktur oder eine bewusste Reduktion der Abhängigkeit.
Plattform-/KI-Regulierung und Verhandlungsmacht	17	9,3 %	Der ORF soll gemeinsam mit anderen Medien bzw. auf nationaler und europäischer Ebene für mehr Transparenz und Regulierung der Plattformen sowie für stärkere Positionierung gegenüber globalen Anbieterinnen und Anbietern eintreten.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
KI- und Medienkompetenz/Aufklärung	17	9,3 %	Der ORF soll das Publikum über Funktionsweise, Chancen und Risiken von KI, Algorithmen, Desinformation und Plattformlogiken informieren und entsprechende Medienkompetenz fördern.
Datenhoheit, Datenschutz und Kontrolle über Inhalte	11	6,0 %	Daten, Nutzerbeziehungen und öffentlich-rechtliche Inhalte sollen möglichst unter eigener bzw. europäischer Kontrolle bleiben; Datenschutz, Datenhoheit und kontrollierter Zugang für Plattformen und KI-Systeme werden betont.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- KI und redaktionelle Verantwortung: Beim Einsatz von KI werden insbesondere Transparenz, nachvollziehbare Regeln und menschliche Letztverantwortung betont.
- Plattformstrategie: Präsenz auf relevanten Plattformen soll mit der Stärkung eigener Angebote und einer direkten Beziehung zum Publikum einhergehen.
- Digitale Souveränität und Rechte: offene bzw. europäische Standards, Datenhoheit, Urheberrecht und faire Vergütung werden als Voraussetzungen einer tragfähigen Zusammenarbeit genannt.
- Aktive Rolle des ORF: Teilweise wird dem ORF eine Rolle als Verhandlungspartner, Standardsetzer und Mitentwickler gemeinsamer digitaler Infrastruktur zugeschrieben.

Fazit

Über beide Fragen hinweg zeigt sich derselbe Grundgedanke: Kooperation soll möglich sein, ohne die publizistische Eigenständigkeit des ORF aufzugeben. Besonders häufig genannt werden Kooperationen bei Infrastruktur, Ressourcen und gemeinsamen technischen Standards.

Beim Umgang mit Plattformen und KI werden aktive Nutzung und Mitgestaltung überwiegend mit Anforderungen an Transparenz, Datenschutz und redaktionelle Verantwortung verknüpft.

Unterschiedlich bewertet wird allerdings, wie weit diese Kooperationen gehen sollen – von weitreichenden gemeinsamen Lösungen bis zu einer Beschränkung auf technische und eindeutig gemeinwohlorientierte Bereiche.

3.4 Themenbereich „Governance und Regulierung“

Je Frage lagen 184 Antwortfelder vor; 14 bzw. 34 inhaltsleere Angaben wurden dokumentiert, aber nicht inhaltlich codiert.

Tabelle 10: Ergebnisse der Frage 1: Stärkung der institutionellen und journalistischen Unabhängigkeit

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Reform von Stiftungsrat und Publikumsrat	78	42,4 %	Die bestehenden Gremien sollen strukturell reformiert, in Zusammensetzung, Aufgaben und Legitimation neu geordnet und als wirksame unabhängige Aufsicht ausgestaltet werden.
Redaktionelle und journalistische Unabhängigkeit	75	40,8 %	Journalistische Entscheidungen und Redaktionen sollen organisatorisch und rechtlich besser gegen politische oder sonstige Interventionen geschützt und an Qualitätsstandards gebunden werden.
Entpolitisierung, Staatsferne und Unabhängigkeit der Gremien	74	40,2 %	Aufsicht und Governance sollen sichtbar von Parteien und staatlicher Einflussnahme gelöst werden; politische Freundeskreise und informelle Einflusskanäle sollen zurückgedrängt werden.
Transparente, qualifikationsbasierte Bestellungen und Auswahlverfahren	69	37,5 %	Bestellungen in Gremien und Führungsfunktionen sollen nach nachvollziehbaren und fachlich begründeten Kriterien erfolgen; Hearings und offene Ausschreibungen werden als Instrumente genannt.
Transparenz, Rechenschaft und öffentliche Nachvollziehbarkeit	52	28,3 %	Entscheidungen, Interessenbindungen, Sitzungen und Verantwortlichkeiten sollen stärker offengelegt werden, damit Governance-Prozesse für Öffentlichkeit und Beitragszahlende nachvollziehbar sind.
Stärkung interner Kontrolle, Compliance und Aufsicht	44	23,9 %	Kontroll-, Compliance- und Prüfmechanismen sollen gestärkt werden, um Fehlentwicklungen frühzeitig zu erkennen und Verantwortung wirksamer durchzusetzen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Publikumsbeteiligung, gesellschaftliche Repräsentanz und Diversität	38	20,7 %	Governance soll die gesellschaftliche Vielfalt breiter abbilden und Publikum, Zivilgesellschaft, junge Menschen sowie unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen stärker einbeziehen.
Klare Rollen, Verantwortlichkeiten und Leitungsstrukturen	23	12,5 %	Zuständigkeiten zwischen Geschäftsführung, Direktionen und Aufsicht sollen klarer verteilt und Machtkonzentrationen durch nachvollziehbare Verantwortungs- und Kontrollstrukturen begrenzt werden.
Professionalisierung und fachliche Expertise der Aufsicht	21	11,4 %	Mitglieder der Aufsicht sollen über einschlägige fachliche, mediale, wirtschaftliche oder rechtliche Kompetenz verfügen; Expertise soll gegenüber parteipolitischer Repräsentation an Gewicht gewinnen.
Unvereinbarkeit, Cooling-off und Schutz vor Interessenkonflikten	12	6,5 %	Strengere Unvereinbarkeitsregeln, Karenz- bzw. Abkühlungszeiten und Regeln gegen Interessenkonflikte sollen unmittelbare personelle Verflechtungen mit Politik und anderen Einflussinteressen begrenzen.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- Politikferne Governance: Unabhängigkeit wird vor allem als Distanz zu parteipolitischer Einflussnahme verstanden, im Zentrum stehen dabei Gremien und Bestellungsverfahren.
- Professionalisierung und Transparenz: Für Aufsicht und Bestellung werden klare Qualifikationskriterien, nachvollziehbare Verfahren, Unvereinbarkeitsregeln und Transparenz bei möglichen Interessenkonflikten gefordert.
- Redaktionelle Autonomie: Institutionelle Reformen sollen um wirksame redaktionelle Schutzmechanismen und Schutz vor Interventionen ergänzt werden.
- Rechenschaft und Handlungsfähigkeit: Kontrolle, klare Verantwortlichkeiten und gesellschaftliche Legitimation sollen gestärkt werden, ohne die redaktionelle oder unternehmerische Handlungsfähigkeit unnötig einzuschränken.

Tabelle 11: Ergebnisse der Frage 2: Welche Änderungen im ORF-Gesetz erachten Sie in diesem Zusammenhang für prioritär?

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Gremienreform, Entpolitisierung und Bestellungsverfahren	57	31,0 %	Das ORF-Gesetz soll Zusammensetzung, Bestellung und Funktionsweise der Aufsichtsgremien so neu regeln, dass parteipolitischer Einfluss reduziert, fachliche Eignung gestärkt und Auswahlverfahren transparenter werden.
Finanzierung und verfassungsrechtliche Absicherung	47	25,5 %	Die Finanzierung soll langfristig planbar und möglichst unabhängig von kurzfristiger politischer Einflussnahme ausgestaltet werden; teils wird eine verfassungsrechtliche Absicherung verlangt.
Digitaler Auftrag, Online-First/Only und Plattformfähigkeit	35	19,0 %	Bestehende gesetzliche Beschränkungen digitaler Angebote sollen reduziert und der ORF zu zeitgemäßer Online-, On-Demand- und plattformübergreifender Verbreitung befähigt werden.
Transparenz, Rechenschaft, Kontrolle und Compliance	30	16,3 %	Das Gesetz soll verbindlichere Regeln für Offenlegung, Rechenschaft, Kontrolle und Compliance schaffen und Entscheidungen sowie Mittelverwendung besser überprüfbar machen.
Journalistische Unabhängigkeit, Redaktionsstatut und Qualität	25	13,6 %	Redaktionelle Autonomie, Schutz vor Interventionen, Redaktionsstatut und journalistische Qualitätsanforderungen sollen gesetzlich gestärkt bzw. verbindlicher abgesichert werden.
Sonstige spezifische Gesetzesänderungen	25	13,6 %	Daneben werden einzelne spezialgesetzliche Anpassungen etwa zu Rechten, Archiven, Förderungen, Vergabe oder anderen konkreten Regelungsmaterien vorgeschlagen.
Öffentlich-rechtlicher Auftrag und Angebotsprofil	19	10,3 %	Der gesetzliche Auftrag soll präzisiert bzw. modernisiert werden. Forderungen nach Konzentration auf unverzichtbaren Public Value stehen Forderungen nach einem breiten, zeitgemäßen öffentlich-rechtlichen Angebot gegenüber.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

Kategorien (induktiv gebildete Kategorien der Freitextanalyse)	Anzahl	Prozent *	Verdichteter Bedeutungsgehalt
Leistungs- und Organisationsstruktur	18	9,8 %	Die gesetzliche Unternehmensorganisation soll Machtkonzentration begrenzen und klarere bzw. kollegialere Leistungs- und Verantwortungsmodelle ermöglichen.
Kooperationen mit privaten Medien und Medienstandort	14	7,6 %	Kooperationen mit privaten Medien sollen rechtssicher ermöglicht oder erleichtert werden, sofern Medienvielfalt, redaktionelle Eigenständigkeit und faire Wettbewerbsbedingungen gewahrt bleiben.
Regionalität und Landesstudios	12	6,5 %	Regionale Versorgung und Landesstudios sollen gesetzlich abgesichert bzw. gestärkt werden, um föderale Vielfalt und regionale Berichterstattung dauerhaft zu gewährleisten.
Diversität, Gleichstellung, Barrierefreiheit und Repräsentanz	8	4,3 %	Gesellschaftliche Vielfalt, Gleichstellung, Barrierefreiheit und Repräsentanz unterschiedlicher Gruppen sollen im gesetzlichen Auftrag und in Organisationsstrukturen stärker verankert werden.
Werbung, Kommerz und Wettbewerbsabgrenzung	7	3,8 %	Die kommerziellen Spielräume des ORF sollen gesetzlich klarer bestimmt werden; Forderungen nach mehr Flexibilität bei der Vermarktung stehen solche nach stärkerer Begrenzung zum Schutz privater Medien gegenüber.

* Anteil an allen Antwortfeldern in Prozent

- Gremien und Bestellung: Zusammensetzung, Bestellung und Funktionsweise der Aufsicht werden als zentrale gesetzliche Reformfelder genannt.
- Auftrag und Digitalisierung: Gefordert werden eine zeitgemäße Auftragsdefinition und größere Spielräume für Online-First-, On-Demand- und plattformgerechte Angebote – beim Umfang der Ausgestaltung gehen die Positionen allerdings auseinander.
- Finanzierung und Unabhängigkeit: Eine planbare, mehrjährige und staatsferne Finanzierung gilt als Voraussetzung institutioneller Unabhängigkeit.
- Transparenz, Qualität und Wettbewerb: Rechenschaft, Compliance und redaktionelle Autonomie sollen gestärkt werden; bei kommerzieller Kommunikation und Kooperationen mit privaten Medien bestehen unterschiedliche Positionen.

Fazit

- In beiden Governance-Fragen stehen politische Unabhängigkeit, transparente und fachlich begründete Bestellungen sowie der Schutz redaktioneller Autonomie im Vordergrund.
- Den zentralen Schwerpunkt bildet die Reform von Gremien und Bestellungsverfahren. Ergänzend nennen die Teilnehmenden Transparenz, fachliche Expertise, interne Kontrolle, Finanzierung und digitale Modernisierung als weitere Reformfelder.
- Das zentrale Spannungsfeld liegt darin, Kontrolle und Rechenschaft zu stärken, ohne dabei neue politische Einflussmöglichkeiten zu schaffen. Auch über den Umfang des öffentlich-rechtlichen Auftrags und die Abgrenzung zum privaten Medienmarkt bestehen unterschiedliche Vorstellungen.

4 Übergreifende Befunde und Spannungsfelder

4.1 Gemeinsame Grundlinien

- Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit verbinden journalistische und institutionelle Anforderungen. Qualitätsjournalismus wird eng mit redaktioneller Autonomie, transparenter Bestellung und politikferner Governance verknüpft.
- Digitalisierung gilt als Voraussetzung für Reichweite und Auftragserfüllung. Eigene Angebote, Drittplattformen und KI sollen aktiv genutzt werden, ohne dabei öffentlich-rechtliche Qualitätsstandards, Transparenz und digitale Souveränität preiszugeben.
- Bei jungen Zielgruppen tritt neben die Distribution die Beteiligung: Lebensweltbezug, Co-Creation, junge Perspektiven und Medienkompetenz sprechen für eine Strategie, die Reichweite und Teilhabe miteinander verbindet.
- Kooperation findet vor allem bei Infrastruktur, Technologie, Faktenchecks und Medienkompetenz Zuspruch. Der wiederkehrende Grundgedanke dabei lautet: Ressourcen und Infrastruktur teilen, publizistische Eigenständigkeit erhalten.

Aus den Antworten lässt sich weder eine eindeutige Forderung nach einer Ausweitung noch nach einer Einschränkung des ORF-Angebots ableiten. Erkennbar ist vielmehr der Anspruch auf einen unabhängigeren, digital handlungsfähigen und stärker rechenschaftspflichtigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit klar erkennbarem journalistischem, demokratischem und kulturellem Public Value.

4.2 Offene Gestaltungsfragen

- Offen bleiben vor allem der Umfang der Ausgestaltung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, das Verhältnis eigener zu externen Plattformen, das Ausmaß von Kooperationen und die Abgrenzung zum privaten Medienmarkt.
- Gerade in diesen Bereichen darf Themenhäufigkeit nicht mit Zustimmung zu einer bestimmten Lösung verwechselt werden – teilweise stehen sich hier gegensätzliche Reformvorstellungen gegenüber.

5 Prioritäten des Fachpublikums für das ORF-Zukunftsforum

5.1 Methodische Hinweise

Die eingeladenen Einrichtungen, Institutionen und Expertinnen und Experten wurden abschließend ersucht, jeweils drei thematische Prioritäten für das ORF-Zukunftsforum zu nennen und diese nach Bedeutung zu reihen.

Die Auswertung erfolgt mittels Einfachcodierung: Jede Prioritätsnennung wird genau einem Themencluster zugeordnet. So bleibt die von den Befragten gesetzte Rangfolge erhalten, und jede Nennung geht nur einmal in die Häufigkeitsverteilung ein.

Für die Gesamtbetrachtung werden die drei Rangstufen zusätzlich gewichtet: 3 Punkte für Priorität 1, 2 Punkte für Priorität 2, 1 Punkt für Priorität 3. Der gewichtete Gesamtwert ergibt sich aus der Summe dieser Punkte je Themencluster.

Die Interpretation stützt sich auf drei Größen:

- Reichweite: Wie häufig wird ein Themencluster über alle drei Prioritäten hinweg genannt?
- Rangposition: Wird ein Themencluster besonders häufig als erste oder eher als zweite bzw. dritte Priorität genannt?
- Gewichteter Gesamtwert: Wie stark ist das Themencluster, wenn Häufigkeit und Rangposition gemeinsam berücksichtigt werden?

Der gewichtete Wert ist ein nachgelagerter Auswertungsschritt, keine zusätzliche Inhaltskodierung – die Prioritätenanalyse unterscheidet sich damit bewusst von der Mehrfachcodierung der offenen Sachfragen.

5.2 Reihung der Prioritäten

Tabelle 12: Verteilung der Themencluster in Priorität 1

n = 180 gültige Nennungen

Rang	Themencluster	Anzahl	Prozent *
1	Governance/Unabhängigkeit	58	32,2 %
2	Digitalisierung/Plattformen/KI	21	11,7 %
3	Qualitätsjournalismus/Vertrauen	21	11,7 %
4	Finanzierung	21	11,7 %
5	ÖR-Auftrag/Programmprofil	15	8,3 %
6	Junge Zielgruppen/Bildung	10	5,6 %
7	Kooperationen/Medienstandort	9	5,0 %
8	Regionalität/Landesstudios	7	3,9 %
9	Diversität/Teilhabe	6	3,3 %
10	Demokratie/Zusammenhalt	5	2,8 %
11	Österreichische Inhalte/Kultur	4	2,2 %
12	Organisation/Effizienz	2	1,1 %
13	Sport	1	0,6 %

* Anteil an gültigen Nennungen in Prozent

Für Priorität 1 liegen 180 gültige Nennungen vor. Governance/Unabhängigkeit liegt mit Abstand an erster Stelle, dahinter folgen Digitalisierung/Plattformen/KI, Qualitätsjournalismus/Vertrauen und Finanzierung; der öffentlich-rechtliche Auftrag bildet ein weiteres eigenständiges Themenfeld.

Tabelle 13: Verteilung der Themencluster in Priorität 2*n = 177 gültige Nennungen*

Rang	Themencluster	Anzahl	Prozent *
1	Governance/Unabhängigkeit	42	23,7 %
2	Digitalisierung/Plattformen/KI	33	18,6 %
3	Qualitätsjournalismus/Vertrauen	18	10,2 %
4	ÖR-Auftrag/Programmprofil	13	7,3 %
5	Österreichische Inhalte/Kultur	12	6,8 %
6	Junge Zielgruppen/Bildung	11	6,2 %
7	Diversität/Teilhabe	11	6,2 %
8	Organisation/Effizienz	11	6,2 %
9	Finanzierung	9	5,1 %
10	Regionalität/Landesstudios	7	4,0 %
11	Kooperationen/Medienstandort	6	3,4 %
12	Demokratie/Zusammenhalt	3	1,7 %
13	Sport	1	0,6 %

* Anteil an gültigen Nennungen in Prozent

Für Priorität 2 liegen 177 gültige Nennungen vor. Governance/Unabhängigkeit bleibt das stärkste Einzelthema, die digitale Transformation rückt jedoch deutlich näher. Qualitätsjournalismus/Vertrauen bleibt an dritter Stelle; Finanzierung tritt auf dieser Rangstufe deutlich zurück.

Tabelle 14: Verteilung der Themencluster in Priorität 3*n = 172 gültige Nennungen*

Rang	Themencluster	Anzahl	Prozent *
1	Governance/Unabhängigkeit	32	18,6 %
2	Digitalisierung/Plattformen/KI	22	12,8 %
3	Kooperationen/Medienstandort	22	12,8 %
4	Qualitätsjournalismus/Vertrauen	18	10,5 %
5	Finanzierung	17	9,9 %
6	Österreichische Inhalte/Kultur	17	9,9 %
7	Junge Zielgruppen/Bildung	13	7,6 %
8	Organisation/Effizienz	13	7,6 %
9	Demokratie/Zusammenhalt	6	3,5 %
10	ÖR-Auftrag/Programmprofil	5	2,9 %
11	Regionalität/Landesstudios	5	2,9 %
12	Diversität/Teilhabe	2	1,2 %

* Anteil an gültigen Nennungen in Prozent

Für Priorität 3 liegen 172 gültige Nennungen vor. Diese Rangstufe ist am stärksten ausdifferenziert: Governance/Unabhängigkeit bleibt das häufigste genannte Cluster, Digitalisierung und Kooperationen folgen; insbesondere Kooperationen, Finanzierung, österreichische Inhalte/Kultur und Organisation/Effizienz treten auf dieser Rangstufe stärker hervor.

5.3 Gesamtranking aller Prioritäten

Tabelle 15: Gewichtetes Gesamtranking der Themencluster

Rang	Themencluster	Anzahl	Prozent *
1.	Governance/Unabhängigkeit	290	27,2 %
2.	Digitalisierung/Plattformen/KI	151	14,2 %
3.	Qualitätsjournalismus/Vertrauen	117	11,0 %
4.	Finanzierung	98	9,2 %
5.	ÖR-Auftrag/Programmprofil	76	7,1 %
6.	Junge Zielgruppen/Bildung	65	6,1 %
7.	Kooperationen/Medienstandort	61	5,7 %
8.	Österreichische Inhalte/Kultur	53	5,0 %
9.	Diversität/Teilhabe	42	3,9 %
10.	Organisation/Effizienz	41	3,8 %
11.	Regionalität/Landesstudios	40	3,8 %
12.	Demokratie/Zusammenhalt	27	2,5 %
13.	Sport	5	0,5 %
	Insgesamt	1066	100 %

* Anteil am Gesamtpunktwert in Prozent

Das gewichtete Gesamtranking bestätigt Governance/Unabhängigkeit als stärkstes explizit gesetztes Prioritätenthema, gefolgt von Digitalisierung/Plattformen/KI. Qualitätsjournalismus/Vertrauen, Finanzierung und der öffentlich-rechtliche Auftrag bilden die nächste Gruppe. Eine niedrigere Reihung drückt nicht die grundsätzlich geringere Bedeutung eines Themenbereichs aus, sondern nur dessen relative Priorisierung innerhalb dieser Frage. Das Ranking verbindet Häufigkeit und Rangposition und ist nicht als eigenständige Bewertung konkreter Reformoptionen zu verstehen.

Anhang

Methodisches Vorgehen bei der Auswertung der Antworten

Die folgenden methodischen Angaben beziehen sich auf die offenen Freitextfragen. Die geschlossenen Mehrfachauswahlfragen und die Prioritätenfragen wurden nach den in Kapitel 1 beschriebenen, gesonderten Verfahren ausgewertet.

- Die Auswertung erfolgte KI-unterstützt und in Anlehnung an die Grundsätze der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring. Ausgangspunkt waren die vollständigen Freitextantworten; die Kategorien wurden induktiv aus dem Material entwickelt und anschließend quantifizierend ausgewertet.
- Je nach Frage lagen bis zu 184 Antwortfelder vor. Inhaltsleere Antworten bzw. Nicht-Angaben wurden dokumentiert, aber nicht inhaltlich codiert; Abweichungen bei einzelnen Fragen sind in den jeweiligen Teilanalysen ausgewiesen.
- Paraphrasierung und Generalisierung: Inhaltlich relevante Aussagen wurden auf ihren Kern reduziert und auf ein vergleichbares Abstraktionsniveau gebracht.
- Induktive Kategorienbildung: Inhaltlich ähnliche Aussagen wurden gebündelt und die Kategorien im Materialdurchgang präzisiert und trennschärfer gefasst.
- Revision des Kategoriensystems: Überschneidungen wurden geprüft. Bei den offenen Sachfragen waren Mehrfachcodierungen zulässig, wenn eine Antwort mehrere eigenständige Aussagen enthielt.
- Quantifizierende Auswertung: Nach Abschluss der Kategorienbildung wurde gezählt, in wie vielen Antwortfeldern eine Kategorie vorkommt. Die Prozentwerte geben den Anteil der Antwortfelder an, in denen die jeweilige Kategorie codiert wurde.
- Duplikatsprüfung: Vollständig wortidentische Antworttexte wurden gesondert ermittelt; inhaltlich ähnliche, aber nicht wortgleiche Antworten galten nicht als Duplikate.
- Interpretation der Häufigkeiten: Mehrfachcodierungen messen Themenpräsenz, nicht Stimmenanteile – die Summe der Kategorienanteile kann daher über 100 % liegen.

Methodische Grenzen

- Selbstselektion und Repräsentativität: Die Konsultation bildet die Einschätzungen der teilnehmenden Institutionen und Personen ab. Aus den Häufigkeiten lassen sich keine repräsentativen Aussagen über die Gesamtbevölkerung oder das vielfältige Medienspektrum ableiten.
- Themenhäufigkeit und Zustimmung: Eine häufig genannte Kategorie kann unterschiedliche oder gegensätzliche Positionen umfassen. Häufigkeit zeigt Relevanz und Diskussionsbedarf, nicht Zustimmung zu einer konkreten Lösung.
- Mehrfachcodierung und Antworttiefe: Ausführliche Antworten können mehrere Kategorien enthalten und bilden dadurch eine größere Themenbreite ab als knappe Stellungnahmen.
- Interpretative Kategorienbildung: Die Verdichtung qualitativer Aussagen bringt unvermeidbar Interpretationsentscheidungen mit sich. Eine unabhängige Zweitcodierung des gesamten Materials fand nicht statt.

Liste des angefragten Fachpublikums

- #aufstehn
- #we_do! Ombudsstelle Film und Fernsehen
- 100 % Sport
- A1 Telekom Austria AG
- AG Globale Verantwortung
- Akademie des österreichischen Films
- AKM Autoren, Komponisten, Musikverleger
- Aktion21 – Pro Bürgerbeteiligung
- Amnesty International Österreich
- Antenne Steiermark
- APA – Austria Presse Agentur
- Arbeiter-Samariter-Bund Österreichs
- ARBÖ – Auto-, Motor- und Radfahrerbund Österreichs
- ARGE DATEN
- Ärzte ohne Grenzen Österreich
- ASKÖ – Arbeitsgemeinschaft für Sport und Körperkultur in Österreich
- Association of Austrian Filmproducers
- ASVÖ – Allgemeiner Sportverband Österreich
- Austrian Composers Association
- Austrian Films
- BERTAKOMM
- Berufsverband Österreichischer PsychologInnen
- Better Leaders Lab/Funke-Gruppe
- Blinden- und Sehbehindertenverband Österreich
- Brodnig, Ingrid (freie Journalistin)
- Büchereiverband Österreichs
- Bund der Österreichischen Trachten- und Heimatverbände
- Bundes-Jugendvertretung
- Bundesmuseen-Konferenz
- Bundestheater-Holding GmbH
- Bundeswettbewerbsbehörde
- Bündnis für Gemeinnützigkeit
- Caritas Österreich
- cba.media
- COMMIT – Community Medien Institut
- Community TV-GmbH

- Dachverband der Filmschaffenden
- Datum Stiftung
- Der Österreichische Frauenring
- Diakonie Österreich
- Die Chefredaktion
- Die Dunkelkammer
- Die Furche
- Die Möwe
- Die Presse
- Die Produzent*innen
- DieMedien.at
- dieRegisseur*nnen
- Digital Society
- Digitale Allianz
- Digitaler Kompass
- Donau-Uni Krems
- Dor Film
- Dossier
- Drehbuchverband Austria/DrehbuchForum Wien
- DSB – Datenschutzbehörde
- Echo Medienhaus
- Ein Versprechen für die Republik
- Epicenter Works
- Epo Film
- Evangelischer Oberkirchenrat
- everything media
- Extradienst
- Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- Fachhochschule St. Pölten GmbH, Journalismus
- Falter
- FC Gloria – Feminismus Vernetzung Film
- Filmfonds Wien
- fjum_forum journalismus und medien wien
- Fleisch Magazin
- Forum Katholischer Erwachsenenbildung
- FORWIT – Rat für Forschung, Wissenschaft, Innovation und Technologieentwicklung
- Freischreiber:innen – Verein zur Förderung des freien Journalismus
- Fuchs, Patrice (Filmemacherin)

- Fundraising Verband Austria
- Für uns – Zentrum für Zivilgesellschaft
- Gewerkschaft GPA Journalist:innengewerkschaft
- Gheneff Rami Sommer Rechtsanwälte OEG
- Global 2000 Österreich
- Greenpeace Österreich
- Gröbchen, Walter (Verleger, Autor und Kurator)
- H & P Public Affair
- Handelsverband Österreich
- Hashtag Media
- Hauptverband des Österreichischen Buchhandels
- Heute
- Hilfswerk Österreich
- HOANZL
- Horizont/Manstein ZeitschriftenverlagsgmbH
- Hutchison Drei Austria GmbH
- IAFW – Interessensverband der Arbeitgeberverbände der Freien Wohlfahrt
- ICOM Österreich
- IFPI Austria
- IG Autorinnen Autoren
- IG Bildende Kunst
- IG Kultur
- IGMA – Interessengemeinschaft Mediaagenturen Österreich
- Institut für Europarecht und Internationales Recht, WU Wien
- Institut für Föderalismus
- Institut für Innovation und Digitalisierung im Recht, Universität Wien
- Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Klagenfurt
- Institut für Multimediales Öffentliches Recht, Universität Linz
- Institut für Öffentliches Recht und Politikwissenschaft, Universität Graz
- Institut für Österreichisches und Europäisches Öffentliches Recht, WU Wien
- Institut für Publizistik, Universität Wien
- Institut für Staats- und Verwaltungsrecht, Universität Wien
- Institut für Verwaltungsrecht und Verwaltungslehre, Universität Linz
- Institut für Wirtschaftsinformatik & Gesellschaft, WU Wien
- Islamische Glaubensgemeinschaft in Österreich
- ISPA – Internet Service Providers Austria
- Israelitische Kultusgemeinde
- Jetzt

- Kaltenbrunner, Stefan (freier Journalist)
- Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien
- Katholische Aktion Österreich
- Katholische Jungschar Österreich
- Kleine Zeitung
- Kobuk!
- KommAustria (Mitglieder)
- Kreutner, Martin (Anti-Korruptionsexperte)
- Kriminalitätsofferhilfe „Weißer Ring“
- KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.
- Kronen Zeitung
- Kulturrat Österreich
- Kurier-Zeitungsverlag und Druckerei GmbH
- Landwirtschaftskammer Österreich
- Lebenshilfe Österreich
- Lehofer, Hans Peter (Senatspräsident des Verwaltungsgerichtshofs)
- Life Radio GmbH & Co. KG
- Literar-Mechana
- LoungeFM
- LSG – Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten GmbH
- Magenta Telekom
- Magistratsabteilung Kommunikation und Medien der Stadt Wien
- Mauthausen Komitee Österreich
- Media Forward Fund
- Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co KG
- Mediengruppe Österreich
- Medienhaus Wien
- Mediensprecher:innen (aller im Parlament vertretenen politischen Parteien)
- Missing Link Media
- Moser Holding AG
- MR Film
- MuFA – Musik Für Alle
- Museumsbund Österreich
- Mutterschiffilm
- Nachbar in Not
- Naturfreunde Österreich
- Netzwerk Chance Demokratie
- New – Strategy&Culture

- NewsFlix.at
- Niederösterreichische Nachrichten
- Norentis Group/Public Value Beirat
- ÖAMTC – Österreichischer Automobil-, Motorrad- und Touring Club
- Oberösterreichische Nachrichten
- ÖFB – Österreichischer Fußball-Bund
- Ogris, Kurt (Filmproduzent)
- ÖIAT – Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation
- Ökobüro
- ORF Südtirol
- ORF-Abteilungsleiter Sport
- ORF-Beitrags Service GmbH
- ORF-Belegschaftsvertreter:innen (alle im Stiftungsrat vertretenen)
- ORF-Literaturressort
- ORF-Publikumsrat (alle Mitglieder)
- ORF-Redaktionsrat
- ORF-Stiftungsrat (alle Mitglieder)
- ORF-Zentralbetriebsrat
- ORS Group
- Orthodoxe Bischofskonferenz in Österreich
- ÖSTERREICH HILFT ÖSTERREICH
- Österreichische Akademie der Wissenschaften
- Österreichische Apothekerkammer
- Österreichische Ärztekammer
- Österreichische Bischofskonferenz
- Österreichische Ethik-Rat für Public Relations
- Österreichische Fachhochschul-Konferenz
- Österreichische Hochschülerinnen- und Hochschülerschaft
- Österreichische Medienakademie
- Österreichische Unesco-Kommission
- Österreichische Universitätenkonferenz
- Österreichischer Alpenverein
- Österreichischer Behindertenrat
- Österreichischer Blasmusikverband
- Österreichischer Bundesfeuerwehrverband
- Österreichischer Bundesverband für Psychotherapie
- Österreichischer Familienbund
- Österreichischer Gemeindebund

- Österreichischer Gewerkschaftsbund
- Österreichischer Integrationsfond (ÖIF)
- Österreichischer Journalisten Club
- Österreichischer Musikfonds
- Österreichischer Musikrat
- Österreichischer Presserat
- Österreichischer Presserat (Vorsitzende der drei Senate)
- Österreichischer Skiverband
- Österreichischer Städtebund
- Österreichischer Werberat
- Österreichisches Filminstitut
- Österreichisches Olympisches Comité
- Österreichisches Paralympisches Committee
- Österreichisches Rotes Kreuz
- Österreichisches Volksgruppenzentrum
- ÖZIV – Bundesverband für Menschen mit Behinderungen
- Pilić, Ivana (Kulturwissenschaftlerin)
- Plaikner, Peter (Medienberater)
- POPUP MEDIA
- Presseclub Concordia
- Prisma Film- und Fernsehproduktion
- Profil
- ProSiebenSat1Puls4
- Radio Arabella
- Radio Energy
- Raiffeisen Holding NÖ-Wien
- Rainer, Christian (Publizist)
- RD Foundation Vienna
- Rechnungshof Österreich
- Regionalmedien Austria AG
- Renner, Georg (freier Journalist)
- Reporter ohne Grenzen Österreich
- RTR-GmbH, Fachbereich Medien
- RTR-GmbH, Fachbereich Telekom und Post
- Russmedia GmbH
- Salzburger Nachrichten
- Satel Group
- Scheuba, Florian (Kabarettist, Podcaster)

- ServusTV
- Sky Österreich
- Soleil Film
- SOS Kinderdorf Österreich
- Sozialwirtschaft Österreich
- Sport Austria – Österreichische Bundes-Sportorganisation
- Sportunion
- Standard Medien AG
- Storytime Media
- Styria Media Group AG
- SUPERFILM
- Teach for Austria
- TFM – Professur für Theorie des Films, Universität Wien
- Tiroler Tageszeitung
- Transparency International Austria
- Umweltdachverband
- UNIKO Österreichische Universitätenkonferenz
- VAM (Verwertungsgesellschaft für audiovisuelle Medien GmbH)
- VCÖ – Verkehrsclub Österreich
- VDFS – Verwertungsgesellschaft der Filmschaffenden GmbH
- Vera* Vertrauensstelle Kunst und Kultur
- Verband Filmregie Österreich
- Verband Freier Radios Österreich
- Verband für gemeinnütziges Stiften
- Verbindungsstelle der Bundesländer
- Verein Autonome Österreichische Frauenhäuser
- Verein der Chefredakteur:innen
- Verein Medienjournalismus Österreich
- Verein Neustart
- Vereinigung der Österreichischen Industrie
- Verfassungssprecher:innen (aller im Parlament vertretenen politischen Parteien)
- Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt in der Medienbranche
- VGN Medien Holding GmbH
- VIENNA FILM COMMISSION
- Vienna Hobby Lobby – Freizeitverein für Kinder und Jugendliche
- VKI – Verein für Konsumenteninformation
- Volksanwaltschaft
- Volkshilfe

- VÖP – Verband Österreichischer Privatsender
- Vorarlberger Nachrichten
- VÖZ – Verband Österreichischer Zeitungen
- VTMÖ – Verband unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzent-Innen Österreich
- VWGÖ – Verband der Wissenschaftlichen Gesellschaften Österreichs
- WH Medien GmbH
- Wiener Zeitung GmbH
- Windhager – Medienrechtskanzlei
- Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Film und Musik
- Wirtschaftskammer Österreich, Sparte Film
- Wirtschaftskammer Österreich, Sparte Rundfunk
- Wischenbart, Rüdiger (Publizist, Medienberater)
- WWF Österreich
- Yunion Sektion Film, Foto, Audiovisuelle Kommunikation
- Yunion Sektion Kunst, Medien, Sport, Freie Berufe
- ZARA – Zivilcourage und Anti-Rassismus-Arbeit
- Zwischenbrücken Online KG

