
Antrag von Mitglied

Initiator_nnen: **Mitglieder des Erweiterten Vorstands**

Titel: **Dringlicher Antrag: ORF**

Dringlicher Antrag: ORF

1 Herausforderung

2 In knapp zwei Monaten wird der ORF Stiftungsrat eine neue Generaldirektorin oder
3 einen neuen Generaldirektor wählen. Wir NEOS sehen sowohl die Form der
4 Zusammensetzung des Stiftungsrates als auch den Modus der Bestellung der
5 Generaldirektorin bzw. des Generaldirektors äußerst kritisch. Für eine
6 demokratische, vielfältige Gesellschaft ist jedoch die Bestellung der obersten
7 Führungsebene des Öffentlich-rechtlichen wesentlich.

8 Die Liste der anstehenden Projekte und Herausforderungen für die neue
9 Generaldirektorin oder den neuen Generaldirektor ist lang. Sie reicht vom Bau,
10 vor allem aber Betrieb des zentralen Newsrooms über die längst fälligen
11 Digitalisierungs- und Positionierungskonzepte sowie einen Generationenwechsel
12 bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bis hin zur Frage der Finanzierung im
13 Streaming-Zeitalter. Diese wichtigen und tiefgreifenden Entscheidungen werden
14 die Zukunft des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Medienlandschaft in
15 Österreich weit über die 5-jährige Amtszeit der Generaldirektorin oder des
16 Generaldirektors hinaus prägen. Wer immer auch diese Aufgabe in den kommenden
17 Jahren übernehmen wird, die Ausgangslage des größten Medienunternehmens in
18 unserem Land ist alles andere als gut.

19 Zu unflexible Strukturen, zu wenig dem eigenen Auftrag nachkommend, zu analog,
20 zu wenig attraktiv für junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu angepasst, zu
21 wenig transparent, zu sehr Spielwiese von (Regierungs)Parteien. Die Kritik am
22 größten Medienhaus des Landes ist so umfassend wie berechtigt. Den Regulierungen
23 des ORF in einigen Bereichen, steht in anderen Feldern eine nicht zu
24 rechtfertigende Marktmacht und Verzerrung des Wettbewerbs mit privaten Radio-,
25 Fernseh-, Print- und Digital-Medien gegenüber.

26 Gerade in Zeiten von Fake News und gezielten Desinformationskampagnen brauchen
27 wir einen pro-aktiven ORF, der diesen Herausforderungen Rechnung trägt. Unter

28 anderem deswegen muss sich der ORF, der sich in vielen Bereichen verzettelt und
29 aufgeblasen hat, stärken, sortieren und neu positionieren.

30 Dazu gehört, dass sich der ORF auf seinen Kernauftrag konzentriert, einen
31 Mehrwert für die Verwirklichung des Gemeinwohls schafft, qualitätsvollen Public
32 Value produziert und zur Verfügung stellt und somit auch eine ernstzunehmende
33 Antwort auf den wachsenden Streaming-Markt hat.

34 Wir wollen ihn in seiner Reichweite nicht einschränken, immerhin sollen seine
35 Inhalte möglichst viele Menschen erreichen. Zuvor müssen jedoch wesentliche
36 Parameter verändert werden. Die Gremien müssen entpolitisiert und
37 professionalisiert werden und es muss eine Strategie für die kommenden Jahre
38 entwickelt werden, die die zwei zentralen Fragen beantwortet:

39 Wie schafft der ORF eine Transformation seiner gewachsenen Strukturen hin zu
40 einem smarten, digitalen Medienhaus? Dazu gehört, dass tabulos über Prozesse,
41 Rollen und Workflows, zusätzliche Beschränkungen aber auch neue Möglichkeiten
42 nachgedacht wird. Und: An welchen Ecken wird Budget eingespart – und wohin
43 werden die freigewordenen Gelder klug investiert?

44 **Vision – Wie sieht der ORF der Zukunft aus?**

45 Kritischer, unabhängiger Journalismus ist ein zentraler Eckpfeiler in einer
46 funktionierenden Demokratie. Der Österreichische Rundfunk wird vorrangig mittels
47 Haushaltsabgabe finanziert und nimmt somit eine Sonderstellung in der
48 österreichischen Medienlandschaft ein. Diese Sonderstellung betrifft neben der
49 Finanzierung insbesondere die Verantwortung für öffentlich-rechtliche Inhalte –
50 umfasst jedoch nicht Marktmacht und Wettbewerb. Dieser Stellung sind sich
51 Gesetzgeber, Regierung und ORF gleichermaßen bewusst. Ein starker ORF beschränkt
52 der sich darauf, Inhalte mit gesellschaftlichem Mehrwert zu produzieren und für
53 die Bürgerinnen und Bürger bereitzustellen.

54 Der Einfluss von Parteipolitik hingegen ist stark reduziert, der Stiftungsrat
55 und seine politischen Freundeskreise sind aufgelöst. An ihre Stelle tritt eine
56 der Zeit und der Unternehmensgröße entsprechende Governance mit einem
57 unabhängigen Aufsichtsrat, der wiederum einen mehrköpfigen Vorstand mit klarer
58 Kompetenzverteilung bestellt und überwacht. Der ORF ist als agiles Unternehmen
59 mit einer schlanken Matrixorganisation gut für die Herausforderungen der Zukunft
60 aufgestellt.

61 Ein jährlicher Geschäftsbericht gibt ordentlich und transparent Auskunft
62 darüber, wie der ORF bilanziert und wofür Gelder ausgegeben werden. Bei
63 Werbezeiten, dem Erwerb von Ausstrahlungslizenzen, etwa für Sport-Events oder
64 der Verbreitung digitaler Nachrichten abseits des ORF-Programms, herrscht ein
65 fairer Wettbewerb am Medienmarkt und die Marktmacht des ORF ist seinem Auftrag
66 entsprechend reglementiert.

67 Der ORF der Zukunft ist ein modernes Medienhaus mit gelebter Diversität und
68 motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Flexible Arbeitsmodelle und eine

69 gezielte Nachfolgeplanung unter der verstärkten Berücksichtigung von Frauen sind
70 selbstverständlich.

71 Die Generaldirektorin oder der Generaldirektor ist nun die oder der
72 Vorstandsvorsitzende. Sie oder er ist eine erfahrene und anerkannte
73 Persönlichkeit aus dem Medienbereich, gerne auch mit internationaler Erfahrung,
74 die eine Vision von einem ORF der Zukunft hat und diese auch in einem
75 öffentlichen Hearing präsentiert. Die Person ist politisch unabhängig und nicht
76 durch Seilschaften an die Spitze gekommen. Die Redaktionen haben ein
77 Mitspracherecht bei der Bestellung von Führungskräften und können diese auch
78 tatsächlich ablehnen.

79 Der öffentlich-rechtliche Kernauftrag ist klar formuliert und den Privaten
80 gegenüber abgegrenzt. Dies gilt auch für den "Austro-Player", der sich – trotz
81 eines kompetitiven Umfelds mit internationalen Streaming-Diensten – zu einer
82 erfolgreichen Plattform entwickelt hat, die sowohl europäischen Content von
83 anderen öffentlich-rechtlichen Sendern, als auch private Inhalte bietet. Die
84 Struktur der Landesstudios wird genutzt, um auf allen Kanälen regionale Inhalte
85 verstärkt zu produzieren und zu verbreiten.

86 Die Finanzierung des ORF ist seinen Aufgaben und sonstigen Einnahmen angemessen,
87 was durch eine unabhängige Kommission nach dem Vorbild Deutschlands regelmäßig
88 evaluiert wird. Die Einhebung der Beiträge passiert ohne Nebenaufträge der
89 Bundesländer und auf eine Art und Weise, die alle Formen des Empfangs
90 berücksichtigt. Die Rundfunkgebühren („GIS-Gebühren“) sind daher abgeschafft, an
91 ihre Stelle tritt eine Haushaltsabgabe.

92 Maßnahmen

93 Der ORF braucht rechtliche Grundlagen, die sicherstellen, dass er aktuelle und
94 zukünftige Herausforderungen auch meistern kann. Daher braucht es eine Reform
95 des ORF-Gesetzes:

96 **Öffentlich-rechtlichen Kernauftrag schärfen**

97 Der ORF bekommt eine transparente und nachprüfbare Programmstruktur, die
98 sicherstellt, dass diese dem Auftrag entspricht. Dabei müssen die Säulen
99 Information, Unterhaltung, Kultur & Europa, Bildung & Wissenschaft, Sport sowie
100 Kinderfernsehen in einem ausgewogenen Verhältnis zueinanderstehen. Der ORF muss
101 vollständig barrierefrei sein und unsere diverse österreichische Gesellschaft in
102 der Programmgestaltung berücksichtigen.

103 **Online first and digital only ermöglichen**

104 Für den Austro-Player braucht es eine neue rechtliche Grundlage, die es
105 ermöglicht, dass der ORF Content produziert, der nicht vorab im linearen
106 Programm gelaufen ist. Die ORF-Kanäle sollen zusätzlich komplett im Streaming
107 verfügbar sein. Alle Inhalte sind zeitlich unbefristet abrufbar. Durch die neue
108 Finanzierung mittels einer Haushaltsabgabe ist auch die Streaming-Lücke
109 geschlossen. Der Austro-Player wird von den österreichischen Privaten ebenfalls
110 bespielt. Für die auf dem Player generierten Werbeeinnahmen wird eine faire

111 Lösung gefunden, um gemeinsam der Übermacht US-amerikanischer Streaming-
112 Plattformen zu begegnen.

113 **Werbung reduzieren**

114 Wenn der ORF vorrangig Public Value produziert, wird er für Werbekundinnen und
115 Werbekunden weniger interessant, zugleich muss er jedoch keine Hollywoodpakete
116 und auch nicht zwingend teure Sportrechte kaufen. Die Werbezeiten werden daher
117 reduziert und enden um 20 Uhr.

118 **Ende der blauen Seite**

119 Die derzeitige Startseite von orf.at wird durch die Startseite des Austro-
120 Players abgelöst. Aufgabe des ORF ist es nicht, mit Tageszeitungen, deren
121 digitalen Ausgaben, und klassischen Text-Newsfeeds zu konkurrieren, sondern
122 insbesondere mit Bewegtbildern auf der Startseite auf sein Programm und seine
123 Inhalte hinzuweisen bzw. diese zu vertiefen oder exklusiv dort anzubieten.

124 **Transformation schaffen**

125 Als größtes Medienhaus Österreichs konzentriert sich der ORF auf seinen
126 Kernauftrag und produziert Inhalte mit gesellschaftlichem Mehrwert. Um die
127 digitale Transformation professionell zu gestalten, wird die Belegschaft
128 verjüngt, sie wird diverser und weiblicher.

129 Der multimediale Newsroom ist der größte Change-Prozess innerhalb des ORF seit
130 Jahren und benötigt eine Leitung, die diesem großen Player vorsteht. Es wird
131 jedoch sichergestellt, dass der neue multimediale Newsroom niemals nur eine
132 einzige Chefredakteurin bzw. einen einzigen Chefredakteur als Leiterin oder
133 Leiter hat. Stattdessen wird ein klares Bekenntnis zu Vielfalt und Pluralität im
134 Gesetz festgeschrieben.

135 **Politischen Einfluss zurückdrängen**

136 Die Gremien des ORF werden neu organisiert: Der ORF wird strukturell ähnlich
137 einer Aktiengesellschaft aufgestellt. An die Stelle des Stiftungsrates tritt
138 eine Hauptversammlung. Diese setzt sich durch geloste Personen aus der
139 Bevölkerung, Repräsentantinnen und Repräsentanten von Institutionen der
140 Zivilgesellschaft und nur mehr einer Person pro Parlamentsklub zusammen. Diese
141 Hauptversammlung wählt auf Basis von Ausschreibungen und Hearings ein Präsidium.
142 Dieses wiederum bestellt einen Vorstand, der als Kollegialorgan aus mehreren
143 Vorständen besteht, um nachhaltige Führungsqualität zu gewährleisten.

144 **Aufgaben der Landesstudios strukturieren**

145 Die Landesstudios kümmern sich verstärkt um die Vermittlung von Medienkompetenz
146 an die Bürgerinnen und Bürger. Außerdem wird jedes Landesstudio ein
147 Themencluster, für den – neben der klassischen Berichterstattung aus dem
148 Bundesland – Kompetenz aufgebaut wird (z.B. OÖ: Technik & Wissenschaft, Tirol:
149 Sport, Salzburg: Kultur etc). Das Anhörungsrecht des Landeshauptmannes/der
150 Landeshauptfrau wird abgeschafft.

151 **Finanzierung**

152 Die Neugestaltung der ORF-Finanzierung sieht in Zukunft eine Haushaltsabgabe
153 (Informationspauschale) vor und damit das Ende der Rundfunkgebühren („GIS-
154 Gebühren“). Somit wird die Streaminglücke geschlossen und zugleich die Abgabe
155 günstiger als bisher die Rundfunkgebühren, deren teure Organisation ebenfalls
156 wegfällt. Die Haushaltsabgabe ist von allen Haushalten und Unternehmen zu
157 leisten und sozial gestaffelt. Überdies wird die Länderabgabe ersatzlos
158 gestrichen (in OÖ und VBG wird jetzt schon darauf verzichtet). Die Höhe der
159 Haushaltsabgabe wird von einer unabhängigen Stelle alle fünf Jahre überprüft und
160 angepasst. Der ORF verpflichtet sich, in Zukunft jedes Jahr eine ordentliche
161 Bilanz und einen ausführlichen Geschäftsbericht vorzulegen.