

Wozu noch ORF?

Der Kongress tanzt ...

ESSAY. Er heißt immer noch Österreichischer Rundfunk. Das wirkt begrifflich überholt, wichtiger ist die Renovierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags und Selbstverständnisses.

Von Peter Plaikner

Am Donnerstag hatte der ORF-Stiftungsrat die erste Sitzung des Jahres und unter neuer Regierung. Am Freitag begann die 16. Staffel von „Dancing Stars“. Die Abfolge erinnert an Europas Neuordnung vor 210 Jahren. Dazu wird der Diplomat Carl Joseph Fürst von Ligne meist fragmentarisch zitiert: „Der Kongress tanzt.“ Sein kompletter Satz endet undiplomatisch mit: „Aber er kommt nicht vorwärts.“

Das zufällige Zusammenreffen des umstrittenen Aufsichtsgremiums mit dem populären Show-Event weckt die Frage nach dem Auftrag des ORF, dessen Festigung, Anpassung und Weiterentwicklung als Ziele im Regierungsprogramm stehen. Details dazu fehlen. Anregungen soll eine Medien-Enquete bringen, wie es sie früher schon ohne große Folgen gegeben hat. Die Enquete tanzt zwar nicht, aber ...

Das anhaltende Unvermögen, den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF zeitgemäß neu zu definieren, schadet Österreichs infolge gesellschaftlicher Alimentation führendem Medien-

haus mehr als jeder Sparzwang. Die im Koalitionspapier genannten Vorhaben sind bloß Symptombehandlungen. Sie heilen weder die Krankheit der Orientierungslosigkeit, noch lindern sie das Leid der Strategieunfähigkeit. Es fehlen das deutliche Ziel und eine klare Antwort auf die Frage: Wozu ORF? Allfällige Mitbewerberfreude darüber ist unangebracht, denn je schwächer der Leithammel, desto verletzlicher die nationale Herde im Kampf gegen globale digitale Kolonialisierungsversuche. Ihre Zielscheibe sind die Medien, ihre Schüsse gelten der Demokratie. Zumindest dieser Ansatz wirkt im Regierungsspielplan erkannt. Dort ist einmal vom „demokratischen Auftrag“ die Rede – und von verstärkter Kooperation mit privaten Medien.

Frenemies? Verfreundete? Für diesen Paradigmenwechsel der jahrzehntelang gepflegten Gegnerschaft braucht es vorerst eine neue Meta-Ebene für jenes Haus, wo das öffentlich-rechtliche Selbstverständnis vor 30 Jahren der Grundeinstellung einer eierlegenden Wollmilchsau im Wettbewerb weichen musste. Bis dorthin galt als ungeschriebene Präambel zu jedem ORF-Diskurs das Diktum seines längstdienenden Chefs Gerd Bacher, der die Funktion des wichtigsten Kulturträgers und Identitätsstifters neben einem zehnmal größeren Nachbarn gleicher Sprache als konstitutiv für den National Broadcaster definiert hat.

Als Thomas Prantner nun

auf den Königberg zurückgekehrt ist, könnten ihm andere Sätze eingefallen sein: „Wir müssen die Kosten und Ausgaben drastisch senken sowie die Qualität unserer Produkte verbessern“ und den „ORF konkurrenzfähig, marktfähig machen.“ Das sagte Bachers Nachfolger Gerhard Zeiler 1994 als designierter Generalintendant in Alpbach. Prantner war damals sein Büroleiter und 2021 ein Gegenkandidat zu Roland Weißmann als ORF-Chef. Nun vertritt er die Steiermark im Stiftungsrat.

Seine Sitzung vor den „Dancing Stars“ hat Symbolkraft. Denn diese Show stellt auf dem ORF-Campus alles andere in den Schatten. Darunter leiden die Informationsanbieter. Das Tanzspektakel

stürzt die parallele „ZIB 2“ regelmäßig ins Quotentief. Das erinnert erneut an Alpbach, diesmal 1996: Damals träumte der Schweizer TV-Chef Peter Schellenberg von Zeilers Wettbewerbsmöglichkeiten, während BBC-Gouverneur Nicholas Gordon Lennox sich von der „Himalaja-Option“ des Fernsehens für Eliten verabschiedete. „Dancing Stars“ sind eine Lizenzversion von „Strictly Come Dancing“ der BBC. Auch das älteste nationale Rundfunksystem steht nur im Image-Fremdbild vor allem für Information.

Heute steckt das einstige Vorbild BBC ebenso in der Krise wie der kommerziell vorgepreschte ORF und die spätere Nachahmerin SRG. Öffentlich-rechtliche „Anstalten“ (so einst



Zum Autor

Peter Plaikner, geboren 1960 in Innsbruck, publiziert, berät und lehrt. Er leitet zudem IMPact, das Institut für Medien und Politik mit Standorten in Kärnten, Wien und Tirol.

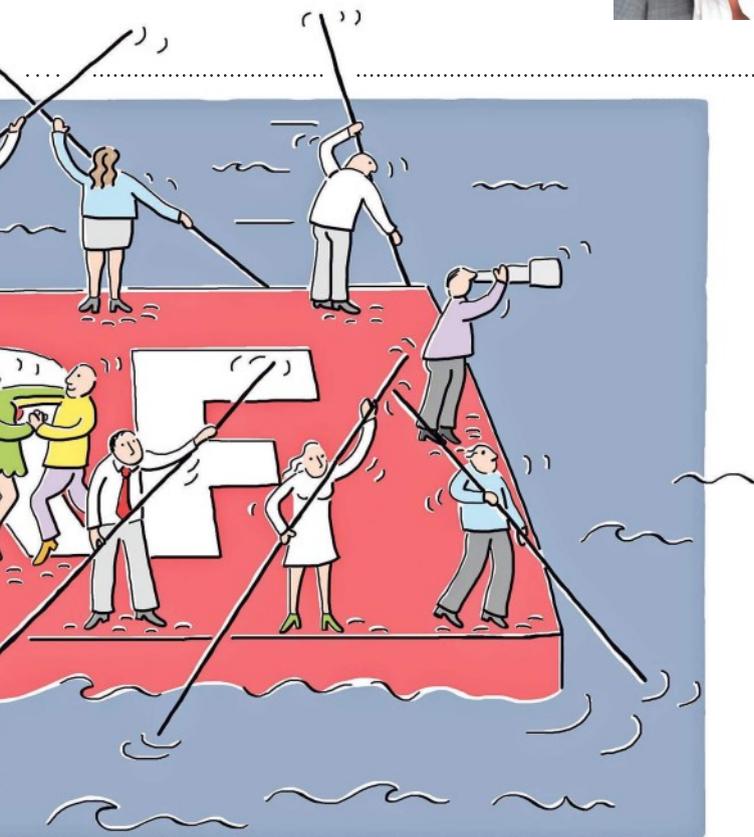


ILLUSTRATION: MARGIT KRAMMER

ihre offizielle Bezeichnung) sind zwar nirgends mehr durch Sendemonopole geschützt, liegen aber oft noch voran und sind dennoch durchwegs existenziell gefährdet. Dieser Widerspruch entsteht einerseits durch digitale Technologie und andererseits infolge politischer Feindbildwirkung. Online sind vermeintlich gleichwertige Inhalte spätestens seit Social Media permanent gratis verfügbar. Und der Journalismus der Medien-Öffis taugt perfekt für das rechtspopulistische Strategieprinzip der Zerstörung von Institutionenvertrauen. Dieser Cocktail wirkt hierzulande besonders verheerend, weil der ORF viel dominanter als in anderen Staaten dreifacher Marktführer ist – im Radio, Fernsehen und Internet.

Doch die Relevanz dieser Vorherrschaft ist ebenso gefährdet wie jene der zu Multimediaanbietern mutierten einstigen Verlagshäuser mit ihren Zeitungen. Spätestens seit Elon Musk zur Wahl von Donald Trump „You are the media now“ auf X gepostet hat, ist die Bedrohung klar. Während der reichste und der mächtigste Mann per „speed kills“ die Weltordnung erschüttern, verharrt die demokratische Politik in jener prozessualen Langsamkeit, die ein Vordenker der Piratenpartei einst als wichtigsten Lernprozess erkannte. Dieser Christopher Lauer wurde dann ausgerechnet bei Axel Springer, dem Mutterkonzern der „Bild“, für einige Monate „Leiter Strategische Innovationen“. Springer-

Chef Mathias Döpfner war drei Jahre später ein Hauptredner der bislang letzten ministeriellen Medienenquete unter Gernot Blümel in Österreich. Damals noch als Präsident des deutschen Verlegerverbands, aus dem er nach seinem Rücktritt auch die „Bild“-Gruppe herausgenommen hat. Seine parallele Hinwendung zu Musk, Trump und den USA mit der größten Investition in der Springer-Geschichte („Politico“) wurde erst vor wenigen Tagen brüchig: „Fast im Stundentakt überschreitet die amerikanische Regierung rote Linien, die in einer rechtsstaatlichen Demokratie nie überschritten werden dürften.“

Dieser gedankliche Ausflug nach Deutschland und in die USA ist weniger Exkurs von der Auftragsfrage für den ORF, als es scheint. Nicht von ungefähr postet nun auch FPÖ-Chef Herbert Kickl auf Musks X. Die Tech-Freibeuter sind keine Eintagsfliegen wie einst die Piraten. Dagegen böte die Neugestaltung öffentlich-rechtlicher Systeme eine Möglichkeit des demokratischen Widerstands. Sie agieren wie die Politik zu langsam. ARD, ZDF und SRG arbeiten zwar seit 2023 mit belgischen, kanadischen und australischen Pendants an einer Social Media-Alternative, doch der ORF ging nicht an Bord.

Unterdessen ist die neue Koalition vorerst damit beschäftigt, die Besetzungskriterien für Stiftungs- und Publikumsrat regierungsunabhängiger zu gestalten – wie es der Verfassungsge-

”
Viel von dem, was der ORF bietet, machen private Mitbewerber heute auch. Das ist eine Chance zur Rückbesinnung auf Kernaufgaben.
“

richtshof seit 2023 fordert. Die Frist endet am 1. April. Erst nach diesem Schnellschuss steht die „Gesamtreform des ORF“ bevor. Sie umfasst ein Viertel des Medienkapitels im Regierungsprogramm, doch es fehlt der Begriff Public Value. Dieses Kriterium muss entscheidend für jede Art von staatlicher Förderung sein. Vor allem deshalb betrachtet der ORF es nahezu als Rest seines einstigen Monopols. Dass auch private Medien Public Value, also gesellschaftlichen Nutzen erbringen, erscheint aber unbestreitbar.

Die Grundlagen des öffentlich-rechtlichen Auftrags für den ORF stammen aus einer Zeit, als er allein Fernsehen und Radio machen durfte, Zeitungen sein Gegenspieler waren und es kein Internet gab. Als Idee dahinter diente auch jene eines nationalen Bollwerks. Dieser Bedarf besteht mehr denn je. Doch dazu ist der Auftrag enger zu fassen. Viel von dem, was der ORF bietet, machen private Mitbewerber heute auch. Das ist eine Chance zur Rückbesinnung auf Kernaufgaben. Nicht Grundfunk, wie die FPÖ es will. Der enorme Publikumserfolg von „Bundesland heute“, „Zeit im Bild“ und „ZIB2“ ist ein guter Ansatz für noch mehr Information als Rechtfertigung der Haushaltsabgabe. „Dancing Stars“? Sie erreichten am Freitag weniger Marktanteil als die „ZIB 2“ am Donnerstag. X-beliebige Propaganda hat die journalistischen Nachrichtenmedien noch nicht abgelöst. Aber der Kongress tanzt ...