

Dr. Manfred Greisinger
Edition Stoareich
Hauptstraße 26
3804 Allentsteig
www.stoareich.at

An die
Vorsitzende des Stiftungsrates
des Österreichischen Rundfunks,
Brigitte Kulovits-Rupp,
p. a. Notar Mag. Mark Holoubek,
Tivoligasse 34-36
1120 Wien

**Sehr geehrte Frau Vorsitzende Kulovits-Rupp,
werter Herr Notar Holoubek,**



Allentsteig, 15. 7. 2011

ich ersuche Sie, diese meine fristgerechte **BEWERBUNG** als **Generaldirektor des Österreichischen Rundfunks (ORF)** für eine fünfjährige Funktionsperiode ab 1.1.2012 entgegen zu nehmen und dem ORF-Stiftungsrat vorzulegen.

Ich überreiche Ihnen meine 20 konzeptionellen Überlegungen zur weiteren Ausrichtung des ORF wie auch 10 Gründe für meine Bewerbung. Ich darf Sie bitten, **meine Bewerbung als Signal für (journalistische) Unabhängigkeit, Freiheit und Bürgerdemokratie** zu werten. Der ORF ist ein für dieses Land unermesslich wichtiges Unternehmen, das nicht zwischen visionslosen Verwaltern und den Klauen der Parteistrategen aufgegeben werden darf. - Ich bin ein „Medien-Passionierter“, wurde im ORF bestmöglich ausgebildet, durfte – wie im § 26 ORF-Gesetz gefordert – in diesem Haus bis 1990 fünf Jahre journalistische Arbeit (mit hunderten gesendeten Radio- wie Fernsehbeiträgen) zu interessanten Programmen beitragen und will diesem österr. Paradeunternehmen (unter Bachers- wie Zeilers Zeiten) wieder zum verdienten Glanz verhelfen.

Es gilt, das „ORF-Auge“ für Wesentliches zu schärfen:

- Journalistische Führung des ORF - Ende des Lobbyismus: HörerInnen- und SeherInnen-Interessen VOR Parteienkalkül und Machtspielchen
- Kopieren und Wahrnehmen des öffentlich rechtlichen Auftrages statt Kopieren und Nachjagen von Privat-TV-Formaten (Heinzl & Co)
- Schutz & Stärkung bzw. Refokussierung der öffentlich-rechtlichen „Ur-Marke ORF“ und klare Unterscheidung zum Privat-TV aus In- und Ausland
- Programm-Innovationen, die das typisch Österreichische in Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft, Sport hervorkehren, stärken, (auf-)leben lassen
- Motivationsschub für MitarbeiterInnen: Entfaltung der schlummernden Talente; neue BeGEISTERung durch Beachtung des Programmauftrages!
- 580 GebührenzahlerInnen-Millionen müssen reichen, um ein faszinierendes, unterscheidbares Top-ORF-Programm zu gewährleisten – statt einem Spartenkanal und „Bildungsauftrags-Feigenblatt“ ORF III.
- Beibehaltung d. traditionsreichen Standortes Königberg als ORF-Zentrum!

Ich bin bereit, den Beweis der Machbarkeit zu erbringen.
Mit besten, wertschätzenden Grüßen
Manfred Greisinger e.h.

Dr. Manfred Greisinger
Edition Stoareich
Hauptstraße 26
3804 Allentsteig
www.stoareich.at



Beilage zur **BEWERBUNG** als **Generaldirektor**
des **Österreichischen Rundfunks (ORF)**

I) „Angabe der Gründe, die sie für die Besetzung geeignet erscheinen lassen“:

„Für den ORF wird kein Generaldirektor gesucht, sondern ein Verweser der Politik, der willfährig parteipolitische Personalwünsche umsetzt!“ – „Am 9. August wird es Faymann und seine Medien-Gang geschafft haben...“ „Armer ORF, arme Zuseher, arme Demokratie!“ - „Als Demokrat finde ich es schade, wenn nur einer zur Wahl steht.“ – „Die ORF-Quoten gehen zu Boden.“ – „33,5 % Marktanteil, das ist neuer historischer Tiefststand.“ - „Ein starker, öffentlich rechtlicher Rundfunk wäre für ein kleines Land wie Österreich wichtig!“

- Die Medienstimmen der letzten Wochen verdeutlichen, dass der ORF und seine Führung – zum Wohle von Programm, RezipientInnen und MitarbeiterInnen - dringend **neue Akzente brauchen!**

I 1) Es soll endlich (wieder?!) ein Journalist – statt Parteisekretariaten - das größte Medium des Landes leiten!

Ich wurde im ORF – bimedial bestens ausgebildet – habe hunderte Beiträge für Radio und Fernsehen gestaltet – und höchste Achtung wie auch Demut vor dem öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF entwickelt. Umso mehr schmerzt mich seit Jahren der buchstäbliche „Verfall“ dieses Renommierunternehmens. Der ORF – speziell Fernsehen – ist heute kein „Pflichtprogramm“ für RezipientInnen mehr. Er ist, und das wäre unter Bacher & Zeiler unvorstellbar gewesen, absolut verzichtbar geworden. Der ORF lebt von genialen Radiomachern (Ö 3 wie Ö 1!) wie auch den Landesstudios. Wofür sollen die aber für den Wasserkopf am Königlberg, auch wenn dieser nach St. Marx übersiedeln sollte, „bezahlen“?!

I 2) Ich will mit meiner Bewerbung und meinem parteienäquidistanten Hintergrund ein Signal für Unabhängigkeit, Freiheit, für Eigenständigkeit, für echte Bürgerdemokratie und Bereitschaft zum Engagement geben!

Zukunftsforscher Horst W. Opaschowski weiß, dass die institutionelle Politik in der Gesellschaft an Rückhalt verliert. „Die Bürger werden sich vermehrt in die Entscheidungen einmischen. Manche bezeichnen das als Postdemokratie. Ich würde es Bürgerdemokratie nennen.“

Ja, ich will mich nicht nur empören, dass im ORF vieles in den letzten Jahren falsch gelaufen ist. Ich bin bereit, mich zu engagieren; ich will und bin imstande zu beweisen, dass der ORF besser, behutsamer geführt werden kann.

Und wenn Opaschowski propagiert „Auf in die neue **Mitmachgesellschaft**“, dann sehe ich im **ORF** als DEM Zeitgeist- und Trendmedium dieses Landes sogleich das „**Mitmachmedium**“ – das einen öffentlich-rechtlichen Bildungs- und Kulturauftrag hat.

I 3) Gewissensfrage: Warum ich mir tatsächlich vorzustellen wage, dieses Großunternehmen zu führen? – **Weil ich Menschen liebe. Und dieses Land Österreich mit all seiner Großartigkeit wie auch dem sympathisch-Schrulligen** (siehe u.a. Diskussion um Nationalhymne) **liebe**.

I 4) **Weil Medien meine große, wahre Leidenschaft darstellen – allen voran der ORF**, in dem ich höchstqualitativ – für Radio und Fernsehen - ausgebildet wurde und deshalb Qualen leide, wenn nicht nach journalistischen Kriterien agiert wird.

I 5) Weil ich die Gabe habe, auf Menschen, MitarbeiterInnen, KollegInnen in verschiedensten Projekten einzugehen und ihr Bestes – oft zu deren eigener Überraschung – herauszukehren. **ICH-Marken-Stärkung & Talente-Aufpolieren** ist meine Profession seit nunmehr 13 Jahren.

I 6) Weil ich als **Marken-Experte** weiß, wie wichtig die behutsame, aber konsequente Führung, Stärkung und Pflege der Marke ORF ist.

I 7) Weil ich seit genau **20 Jahren selbstständig** bin; in dieser Zeit Dutzende Medien-Projekte unterschiedlichsten Ausmaßes geleitet und begleitet habe (von Büchern über Zeitschriften bis zu Videoproduktionen); und dabei stets wirtschaftlich erfolgreich war/bin.

I 8) Weil **Kreativität & Innovationsfreudigkeit** zu meinen hervorragendsten Stärken gehören. Und gerade dieses Paar Schuhe von der aktuellen ORF-Führung nicht getragen zu werden scheint...

I 9) Weil ich, als unabhängiger Freigeist, meiner inneren Hygiene verpflichtet, eine **Alternative** darstellen will – zwischen linksorientiertem A. Wrabetz – und rechtsorientiertem C. Wehrschütz.

I 10) Weil ich mich, um manch aufkommenden Vorwurf aufzugreifen, durchaus als „Zählkandidat“ sehe – **auf mich können echte Demokraten, Mediensensible und Österreich-LiebhaberInnen zählen!**

Meine Bewerbung möge als **SIGNAL für – journalistische, mediale - UNABHÄNGIGKEIT, FREIHEIT und BÜRGERDEMOKRATIE** verstanden werden.

Für

- Innovation,
- Motivation und
- Markenstärkung der national wichtigen Marke ORF

Gegen

- Parteienwillkür und Zugriff der Parteisekretariate auf Programm/MitarbeiterInnen des ORF
- Lobbyismus, Konformismus, Opportunität und
- Marken-Aushöhlung des ORF

II) Konzept zur mittel- und langfristigen Entwicklung des ORF als öffentlich-rechtliches Medienunternehmen

Der **ORF ist Identifikations- und Motivations-Medium ersten Ranges für dieses Land** und seine acht Millionen EinwohnerInnen. Das „Auge des ORF“ hat sämtliche Regungen, Initiativen und Visionen wahrzunehmen und zu thematisieren.



Es geht nicht an, dass Agenda Setting nur, wie es den Eindruck hat, von „offizieller politischer Seite“ vollführt wird. Und MitarbeiterInnen bei Auswahl bzw. Gestaltung von Beiträgen in vorseilendem Gehorsam auf Bundeskanzleramt bzw. Parteisekretariate schielen. - Manche (Diskussions- und Informations-)Sendungen erscheinen bereits völlig unjournalistisch, direkt von der Parteipolitik entsendet und besetzt zu werden. – Das bringt sicher Freude für die Machtstrategen der Parteien; jedoch Frustration und Missmut für das Fernsehpublikum.

II 1) **Der ORF MUSS und KANN ein FREIES MEDIEN-UNTERNEHMEN sein.**

Es wird gemunkelt, dass in der ORF-Information mittlerweile interessanter sei, was NICHT gesendet wird, als das, was über die Bildschirme flimmern darf...

Wo ist die kritische, freie Nachrichten-Selektion?!

Die Gebührenbeiträge sollten es erlauben, wirtschaftlich UND parteipolitisch unabhängig zu agieren. Wer eine halbe Milliarde Euro als Fixeinnahme verwalten darf, kann wohl etwas mutiger in der Programmgestaltung auftreten.

II 2) **Der Generaldirektor muss ein ERMUTIGER sein und Verhinderer von Parteizugriffen...**

Ich sehe die Aufgabe eines Generaldirektors des größten Medienunternehmens dieses Landes vor allem darin, die hervorragend ausgebildeten MitarbeiterInnen „sehnsüchtig“ zu machen. Ihnen Mut zuzusprechen, Visionen zu entwickeln. – Und diese journalistische Arbeit vor Zugriffen aus der Politik bzw. mächtigen Wirtschaftslobbies zu schützen!

II 3) **Das größte Kapital des ORF ist seine öffentlich rechtliche MARKE**

Ich bin seit 20 Jahren als PR-Berater, Medien-Coach, Seminartrainer, Vortragender – mit dem Schwerpunkt der „ICH-Marke“ - selbst-ständig! Marken-Entwicklung, Marken-Stärkung und Marken-Pflege sind mein Expertenrevier. Und genau diese Marken-Obsorge braucht der ORF. – Denn schwerste Vergehen gegen die national so bedeutsame Marke ORF müssen erwähnt werden:

- die Verpflichtung von „Aushängeschildern“ des Privatfernsehens – wie Dominik Heinzl, Arabella Kiesbauer, Christian Clerici und Doris Golpaschin brachten einen absolut unerwünschten Image-Transfer, der sowohl SeherInnen wie auch MitarbeiterInnen vor den Kopf gestoßen – und, siehe Quotenmisere - vertrieben hat.

- Ein schwerer Schlag gegen den Qualitäts-ORF war sicherlich die inakzeptable, geschlossene Abwanderung des UNIVERSUM-Teams zum Mateschitz-TV. UNIVERSUM war stets eine tragende Säule und Identitätsfaktor des ORF – und muss das wieder werden.
- Die aktuelle Kulturberichterstattung ist – leider – ein Hohn und keine Stütze mehr für die ORF-Marke. Kultursendungen verkommen mehr und mehr zu Society-Wortspenden bzw. Insider-Trash. Kultur spiegelt die Schöpfungskraft dieses Landes wider – und ein Kultursender sollte diese Regungen (auf-)spüren und ihnen ein Forum bieten.
- Wer sich mit dem Privat TV misst, erfährt mit dem Totalabsturz der Daily Soap „Mitten im Achten“ ein verdientes Los. – Wenn schon eine tägliche Unterhaltungsserie, dann nicht als dumpfe, schlechte Kopie...
- Die Degradierung von ORF EINS zum bloßen Abspielsender amerikanischer Serien; hier ist (abgesehen vom Biotop „Donnerstag Nacht“) nahezu keine nationale Färbung mehr erkennbar.
- Und auch die „Auslagerung des Bildungsauftrages“ auf einen geplanten „Info- und Kulturkanal“ & bloßen Spartensender ORF III empfinde ich als Verbrechen an der Marke ORF.
- Nicht zuletzt träfe die in Absicht genommene Übersiedlung des ORF-Zentrums weg vom Königlberg – diesem traditionsreichen Standort mit Identifikationskraft – die Marke ORF im Kern.

II 4) **Ein Rückbesinnung auf die „UR-Marke ORF“ ist dringend angebracht;** und gerade darin liegt eine konkurrenzlose Zukunft!

Man möge sich die Formulierungen des ORF-Gesetzes § 5 (3) buchstäblich auf der Zunge zergehen lassen – und als Verantwortlicher buchstabengetreu handeln:

„Der Österreichische Rundfunk hat bei **Erfüllung seines öffentlich-rechtlichen Auftrages** auf die Grundsätze der österreichischen Verfassungsordnung, insbesondere auf die bundesstaatliche Gliederung nach dem Grundsatz der Gleichbehandlung der Länder sowie auf

- den Grundsatz der **Freiheit** der Kunst, Bedacht zu nehmen und die
- Sicherung der **Objektivität** und **Unparteilichkeit der Berichterstattung,**
- **der Berücksichtigung der Meinungsvielfalt und**
- **der Ausgewogenheit der Programme sowie**
- **die Unabhängigkeit von Personen und Organen** des Österreichischen Rundfunks, die mit der Besorgung der Aufgaben des Österreichischen Rundfunks beauftragt sind, gemäß den Bestimmungen dieses Bundesgesetzes zu gewährleisten.“

II 5) **THEMENFÜHRERSCHAFT und PROGRAMMQUALITÄT, abgeleitet von der „UR-MARKE ORF“**

Gerade weil der ORF durch seinen öffentlich rechtlichen Auftrag, durch Beachtung von Objektivitäts- und Bildungs-Kriterien, eine Alleinstellung unter den Medien hat, kann er Themen auf´s Tapet heben. Er muss nicht auf die Quote schielen, er kann Relevanz produzieren! Und das sollte er in jedem Beitrag, in jeder Sendung unter Beweis stellen.

II 6) **RÜCKHOLUNG verlorener SeherInnen im Fernsehen – durch Stärkung der „Ur-Marke ORF“**

In den letzten 10 Jahren hat sich der Marktanteil des ORF bei Sehern ab 12 Jahren von 56 % auf jetzt etwa 33 % , einem historischen Tiefstand, reduziert (A. Wrabetz hat vor 5 Jahren bei 47 % nationaler Reichweite übernommen). Das heißt, ein Drittel der SeherInnen sind in einem Jahrzehnt verloren gegangen. – Ein Trend der Zeit? – Nur bedingt, denn Aushängeschilder des ORF-Programms wie „Alltagsgeschichten“, „Zeit im Bild“, aber auch die „Millionenshow“ oder auch das von der BBC übernommene „Dancing Stars“ oder „Universum“, die allesamt dem heimischen Lebensstil und den Interessen der SeherInnen entgegenkommen, sind über die Jahre hinweg stabile Quotenbringer.

II 7) **Wirtschaftliche Stabilität – gewährleistet durch die „Ur-Marke ORF“**

Welcher Betrieb Österreichs kann mit einer halben Milliarde Fixeinnahmen rechnen?! Der ORF ist in einer, gerade für Medienunternehmen, denen der Wind der Krise entgegenweht, begnadeten Position. Und diese soll nicht auf´s Spiel gesetzt werden. Im Gegenteil: die öffentlich-rechtliche Positionierung bürgt für ein hochqualitatives Umfeld, in dem Werbung best aufgehoben scheint. Je gewissenhafter dieser Auftrag wahrgenommen wird, umso leichter wird es sein, die 220 Werbemillionen nicht nur zu halten, sondern auszuweiten. Aber nicht, indem man „für die Werbung arbeitet“, sondern indem man ein hochattraktives Programm gestaltet, das für die Werbung unverzichtbar ist als wirkungsvolles Umfeld für ihre Botschaften.

II 8) Der **ORF** muss keine „Unique Selling Proposition“ finden, er muss die **EINZIGARTIGKEIT einfach LEBEN!**

„Öffentlich-rechtlicher Auftrag“ heißt ganz klar: mein Auge sieht, was in der Öffentlichkeit dieses wunder-vollen Landes Tag für Tag, Stunde für Stunde, geschieht. Und bringt dies, in entsprechender Relevanz, auf Sendung.

II 9) **Neue Sendungstypen in Information & Unterhaltung – auf Österreich maßgeschneidert**

Österreich zählt mit fast 44 Prozent **ehrenamtlich Tätigen** zu den Spitzenreitern in Europa. Der EU-Schnitt liegt bei rund der Hälfte!!
- Wo ist die Sendung für 100.000de Freiwillige? Für die über hunderttausend Vereine, die sich unermüdlich engagieren... Und der Öffentlichkeit geschätzte 6,5 Milliarden Euro einsparen helfen?!
DAS wäre eine Sendung – mit mehr Relevanz als ein „Parteisekretariatsfernsehen im Zentrum“.
Besser als die Selbstdarstellungs-Orgien so manches ZIB Moderators wären aufmerksame, selbstständig recherchierende RedakteurInnen – die aber auch ein – spannendes! - Sendeformat entwickeln bzw. zur Verfügung gestellt erhalten, in dem „**Soziale Spitzenleistungen**“ vor den Vorhang geholt werden.

So viele interessante Sendungsformate wären zu entwickeln – aber keine „Sozialdokus“, in denen Menschen vorgeführt werden, sondern, die das Leben erleichtern helfen:

- Für Menschen mit Behinderung – werden wir nicht alle von irgendetwas in unserem Sein und Werden „behindert“?!
- Für Menschen mit psychischer Beeinträchtigung – immerhin sind es bereits 900.000 ÖsterreicherInnen, die regelmäßig zu Psychopharmaka greifen...
- Für junge Leute, die bevorzugt twittern, sms-en, you tube schauen, über neueste Computergames Bescheid wissen wollen
- Für Partnerschafts-Willige; aber nicht, um sich an ihnen zu belustigen, sondern um ehrlich Bemühten ein Forum zu geben...
- Für die Medien des Landes – für den Talk des Tages, die Schlagzeilen; das, was dieses Land und die Menschen bewegt...
- Für „Humanität & Toleranz“ – Menschen vor den Vorhang holen, die eine Bühne verdienen... (und die werden nur in Ausnahmefällen aus der Politik kommen...)

II 10) „Verjugendlichung des ORF“ – Wissenschaft, die neugierig macht

„Ich hab´ gestern im TV gesehen, wie man altes Brot wieder frisch machen kann“, erzählt der 14jährige Sohn meiner Lebensgefährtin mit strahlenden Augen beim Frühstück. Er beruft sich auf „seine“ Lieblingssendung „Galileo“, täglich ab 19,10 Uhr auf PRO 7. EINE STUNDE LANG wird dort täglich der Beweis erbracht, wie man Wissenschaft spannend einem jungen Publikum – das sicherlich auch geistig frische Senioren vor den Schirm lockt – zufrieden stellt. Die Jugend sieht nicht mehr fern? – Sie schaut nicht mehr ORF! Wo ist der mutige Vorstoß – im Land von Wissenschaftsgenies wie Zeilinger und Taschner – im Hauptabendprogramm eine Sendung auszustrahlen, die die ZuseherInnen bewegt und fasziniert?!

II 11) „Vermenschlichung“ des ORF – statt ewig die selben Promis

Seitenblicke ist durchaus ein wunder-volles Format. Aber es ist mittlerweile der ganze ORF „verpromisiert“. Ja, man konkurrenziert sich wechselseitig sogar noch – siehe Heinzl & Co... Besonders krass die Nachmittagsschiene der „Jahreszeiten“ (welch´ Innovation übrigens: das gute, alte „Willkommen Österreich“ auf „Sommerzeit“ usw. umzutaufen!) Was ist der Inhalt? – Mehr oder weniger die unbezahlte Promotion abgetakelter Promis, die einen Auftritt, ein Buch, eine CD oder sich selbst bewerben... Immerhin drehen dennoch ein paar hunderttausend Leute auf, die daneben bügeln, waschen oder putzen... Aber wo ist die Sendung, die MENSCHEN in ihren – kuriosen – Hobbies, mit Sorgen und Freuden präsentiert und porträtiert?!

II 12) Nachwuchs-Pool ORF!

Wer sind die Aushängeschilder im Moderatorenpool des ORF? – Russwurm, Stöckl, Resetarits... - Personen, die vor 20-30 Jahren Jugendsendungen moderiert haben. Thurnher kam über „Achtung Rotlicht“ – ein damals vielbeachtetes Sendeformat des ORF, das sicher auch heute viel Zulauf hatte.

Konkret: wo ist das „Übungsfeld“ für junge Kreativgeister, die ihre eigene Fassung, ihre Marke entwickeln dürfen – um in ein paar Jahren große Sendungsformate & Shows zu moderieren?!

II 13) **Der ORF den ÖsterreicherInnen! – Von Backstage auf Frontstage...**

Der ORF lädt zu „Backstage-Führungen“ ein... - Auf vorgegebenen Wegen dürfen die GebührendzahlerInnen dann ergriffen durch die „heiligen Hallen“ wandeln. Und, wenn sie Glück haben, huscht auch ein prominenter Redakteur, eine Moderatorin, vorbei und schenkt dem Volk ein Lächeln... Auch hier muss ein Wandel in der Einstellung passieren: das Publikum ist kein „neugieriger Gast“, sondern der Erhalter dieses Medienunternehmens. Die MitarbeiterInnen sind dies nicht von „Partei-Gnaden“, sondern weil´s der Gebührendzahler ermöglicht... Und so muss dieser Mäzen auch jederzeit Zugang zu seinem Medium haben; also – von Backstage auf die Frontstage...

Es gilt, den GebührendzahlerInnen mit Demut, Achtung und Wertschätzung entgegenzukommen, sie bestmöglich einzubinden!

II 14) **Der ORF als MULTIMEDIA-Top-Unternehmen**

Der ORF als Medienunternehmen der Zukunft hat keine starr getrennten Unterabteilungen mehr. Radio-Fernsehen-Online sowie soziale Netzwerke greifen wie ein Rädchen ins andere.

Hier sind bauliche Veränderungen zu setzen, aber mindestens so sehr auch organisatorische. Ich denke, wie in den Landesstudios erkennbar und erfolgreich praktiziert, dass die Unterteilung von DirektorInnen für Radio, Fernsehen, Online usw. nicht mehr aktuell ist. Es gibt einen Gesamtverantwortlichen, der auf hervorragende, multimedial ausgerichtete MitarbeiterInnen zählen kann.

II 15) **Reduzierung des Verwaltungsapparates & der nicht marktgemäßen Traumgehälter - Zuviele (höchstbezahlte) Häuptlinge machen eine Marken-Fokussierung unmöglich!**

Laut Rechnungshof verdienen knapp 3.500 ORF-Angestellte IM SCHNITT sagenhafte 75.500 Euro jährlich; fast doppelt soviel wie MitarbeiterInnen im Privatwirtschaftlich geführten Medien. – Wodurch soll das gerechtfertigt sein???

Generaldirektor, Fernsehdirektor, Informationsdirektor, Unterhaltungsdirektor, Magazin-, Sendungsdirektor usw. – Eigentlich verwunderlich, dass immer noch vereinzelt hervorragende Sendungen ausgestrahlt werden, wenn man bedenkt, wie schwerfällig die Entscheidungen im Hintergrund getroffen werden. Jeder Häuptling will seine Macht ausüben... - Hier muss gestrafft werden.

Es gibt ORF-Programmrichtlinien, die alles Relevante zur Gestaltung von Beiträgen und Sendungen enthalten.
– Den einzelnen MitarbeiterInnen möge von Führungsverantwortlichen mehr Vertrauen in die ureigene Kompetenz zugebilligt werden!

II 16) **Leitmedien Radio, Online befruchten Fernsehen**

Es ist wohl unbestritten, dass Ö 3 hervorragend positioniert ist. Ö 3 Chef Spatt, der auch über den Brunnenrand geschaut und im Privatrado tätig war, praktiziert mustergültig tagesaktuelles Info-tainment.

Ich sehe diesen – jugendlich zielgruppenorientierten – Sender durchaus als Leitmedium (mit vorbildlicher Informationsleistung, aber auch großartiger Comedy – bitte wer holt diese ins Fernsehen?!); ebenso finde ich das ORF-online Angebot sehr gut – und offenbar in Thomas Prantners Händen gut aufgehoben.

Diese sind die schnellsten Medien; eine Meldung kann binnen Minuten on air gebracht werden. Fernsehen ist aufgrund der Produktionsbedingungen einfach langsamer. Damit ist für mich eine eindeutige Hierarchie ableitbar. Radio & Online sowie immer mehr soziale Netzwerke mögen die Fernsehsparte befruchten. Die einzelnen Sparten müssen allerdings nicht jedes Thema neu erfinden, sondern können aufeinander zugreifen und voneinander profitieren.

II 17) **KEINE ÜBERSIEDLUNG – des Bildungsauftrages auf ORF III & des Standortes weg vom Königlberg**

Ich warne vor dem „Bildungsauftrags-Feigenblatt ORF III“:

„ORF III als Kultur- und Infokanal ist der Bildungsauftrag“, betonte GD Wrabetz bei der Präsentation des geplanten Spartenkanals – und ließ damit m. A. Masken fallen: Hier sollen also „nicht immer mehrheitsfähige“ Sendungen und Formate ausgestrahlt werden; als „Experimentierfeld für Kunst- und Kulturschaffende“.
- Ist nicht genau das der ursprüngliche Auftrag an den ORF?! – Aber nicht als „Zusatzangebot“ neben den beiden ORF EINS und ORF 2 (welch Errungenschaft, diese unterschiedliche Schreibweise von EINS, 2, und III)
Kultur- und Information sollten die Säulen des ORF sein, und nicht bloß die eines Reste-verwertenden Spartensenders und recycelten TW1...

Nach der nichtakzeptablen „inhaltlichen Übersiedlung“ von Programmaufträgen ist auch eine „**räumliche Übersiedlung**“ – von ORF Insidern bestätigt - nicht für gut zu befinden:

- a) weil ein Neubau zu viele Kapazitäten bindet. Die GF ist über Jahre mit Planung Bau Besiedlung beschäftigt
- b) die Technik muss zum Großteil neu gekauft werden, denn es wird bis zur letzten Sekunde vom Königlberg gesendet - und in der nächsten Sekunde vom neuen Standort! Das würde wohl sehr viel Geld kosten.
- c) die Verwertung des Standortes Königlberg ist eine weitere Herausforderung; Es lohnt sich demnach, dieses **Fundament der ORF-Identität zu sanieren!**

II 18) **ES GIBT KEINE KONKURRENZ für einen ORF, der seine Marke pflegt!**

Warum sollte ein ORF Angst haben vor privaten Radio-/Fernseh- & Contentanbietern?! – Der ORF hat als „Überblickswahrer“ aller Regungen und Entwicklungen dieses Landes meines Erachtens sogar die Pflicht, auch diesen Medienmachern ein Forum zu bieten. Printjournalisten schaffen es mittlerweile bravourös, auf KollegInnen samt Namensnennung der anderen Zeitungen auf

Interessantes hinzuweisen; das sollte auch der ORF schaffen. Auch dazu fiele mir ein Sendungsformat ein, als „Very best of daily media“...

II 19) **Zuletzt und zuallererst: Die „Wiederbelebung“ des Programmauftrages ist ein lohnendes Unterfangen:**

§ 4. (1) Der Österreichische Rundfunk hat durch die Gesamtheit seiner gemäß § 3 verbreiteten Programme zu sorgen für:

1. die **umfassende Information der Allgemeinheit** über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen;
2. die **Förderung des Verständnisses für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens**;
3. die Förderung der **österreichischen Identität** im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration;
4. die Förderung des Verständnisses für die **europäische Integration**;
5. die Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft;
6. die angemessene Berücksichtigung und Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion;
7. die Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots;
8. die Darbietung von Unterhaltung;
9. die **angemessene Berücksichtigung aller Altersgruppen**;
10. die angemessene Berücksichtigung der Anliegen **behinderter** Menschen;
11. die angemessene Berücksichtigung der Anliegen der **Familien** und der **Kinder** sowie der **Gleichberechtigung von Frauen und Männern**;
12. die angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgesellschaften; **(Spiritualität?!)**
13. die Verbreitung und Förderung von Volks- und Jugendbildung unter besonderer Beachtung der **Schul- und Erwachsenenbildung**; **(Weiterbildungs- und Seminarwesen?!)**
14. die Information über Themen des Umwelt- und Konsumentenschutzes und der Gesundheit;
15. die Förderung des Interesses der Bevölkerung an aktiver sportlicher Betätigung;
16. die Information über die Bedeutung, Funktion und Aufgaben des Bundesstaates sowie die Förderung der **regionalen Identitäten** der Bundesländer;
17. die Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge;
18. die Förderung des Verständnisses für Fragen der europäischen Sicherheitspolitik und der umfassenden Landesverteidigung.

(2) In Erfüllung seines Auftrages hat der Österreichische Rundfunk ein **differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anzubieten**. Das Angebot hat sich an der Vielfalt der Interessen aller Hörer und Seher zu orientieren und sie ausgewogen zu berücksichtigen.

(3) Das **ausgewogene Gesamtprogramm** muss anspruchsvolle Inhalte gleichwertig enthalten. Die Jahres- und Monatsschemata des Fernsehens sind so zu erstellen, dass jedenfalls in den **Hauptabendprogrammen (20 bis 22 Uhr) in der Regel anspruchsvolle Sendungen zur Wahl stehen. Im Wettbewerb mit den kommerziellen Sendern ist in Inhalt und Auftritt auf die Unverwechselbarkeit des öffentlich-rechtlichen Österreichischen Rundfunks zu achten**. Die Qualitätskriterien sind laufend zu prüfen.

(4) Insbesondere Sendungen in den Bereichen **Information, Kultur und Wissenschaft haben sich durch hohe Qualität** auszuzeichnen. Der Österreichische Rundfunk hat ferner bei der Herstellung und Sendung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen auf die kulturelle Eigenart, die Geschichte und die politische und kulturelle Eigenständigkeit Österreichs sowie auf den föderalistischen Aufbau der Republik besonders Bedacht zu nehmen.

(5) Der Österreichische Rundfunk hat bei Gestaltung seiner Sendungen weiters für

1. eine objektive Auswahl und Vermittlung von Informationen in Form von Nachrichten und Reportagen einschließlich der Berichterstattung über die Tätigkeit der gesetzgebenden Organe und gegebenenfalls der Übertragung ihrer Verhandlungen;

2. die Wiedergabe und Vermittlung von für die Allgemeinheit wesentlichen Kommentaren, Standpunkten und kritischen Stellungnahmen unter angemessener Berücksichtigung der Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen;

3. eigene Kommentare, Sachanalysen und Moderationen unter Wahrung des Grundsatzes der Objektivität zu sorgen.

(6) **Unabhängigkeit ist nicht nur Recht der journalistischen oder programmgestaltenden Mitarbeiter, sondern auch deren Pflicht. Unabhängigkeit bedeutet Unabhängigkeit von Staats- und Parteeinfluss,** aber auch Unabhängigkeit von anderen Medien, seien es elektronische oder Printmedien, oder seien es politische oder wirtschaftliche Lobbys.

(7) Die Mitarbeiter des Österreichischen Rundfunks sind den Zielen des Programmauftrags verpflichtet und haben an dessen Erfüllung aktiv mitzuwirken.

II 20) **Der ORF als Trendsetter & Vor-Zeige-Instanz:**

„Unterhaltung nennt man alles, was unter der Ebene von Haltung möglich ist.“
Werner Schneyder

... Der ORF hat jedenfalls den Gegenbeweis zu erbringen!

- Unterhaltung mit Haltung = ORF
- Information, parteiunabhängig und objektiv = ORF
- Österreich im medialen Spiegel = ORF

III) **Vorschläge für die Geschäftsverteilung der nach § 24 Abs. 2 ORF-Gesetz (idF 1.1.2012) zu bestellenden Direktoren/Direktorinnen**

Diese werde ich dem Stiftungsrat gerne nach meiner Wahl und dem dann unmittelbar folgenden, von Wertschätzung geprägten Zusammentreffen mit den bisherigen DirektorInnen sowie möglichen, engagiert wirkenden KandidatInnen vorlegen.

Selbstverständlich komme ich allen im ORF-Gesetz genannten Aufgaben nach:

§ 23. (1) Der Generaldirektor besorgt die Führung der Geschäfte des Österreichischen Rundfunks und vertritt ihn gerichtlich und außergerichtlich.

(2) Dem Generaldirektor obliegt insbesondere

1. die Festlegung allgemeiner Richtlinien für die Programmgestaltung, Programmerstellung und Programmkoordinierung im Hörfunk und Fernsehen sowie die Erstellung der Jahressendeschemen jeweils mit Zustimmung des Stiftungsrates (§ 21 Abs. 2 Z 1 und 2);
2. die Ausschreibung der Posten von Direktoren und Landesdirektoren;
3. die Erstattung von Vorschlägen für die Bestellung und Abberufung von Direktoren und Landesdirektoren, bei Letzteren nach Einholung einer Stellungnahme des betreffenden Landes;
4. die Erteilung von Prokura und Handlungsvollmacht an Direktoren und leitende Angestellte;
5. die Kontrolle der Tätigkeit der Direktoren und Landesdirektoren sowie die Koordinierung ihrer Tätigkeit, vor allem auch hinsichtlich der Programmpläne für Hörfunk und Fernsehen unter Berücksichtigung der bundesstaatlichen Gliederung durch die Mitwirkung aller Studios;
6. die Ausarbeitung von Vorschlägen an den Stiftungsrat für langfristige Pläne für Programm, Technik, Finanzen und für Stellenpläne im Zusammenwirken mit den Direktoren und Landesdirektoren;
7. die Verteilung von Geschäften gemäß Abs. 3;
8. die Erstattung von Vorschlägen über die Festsetzung des Programmentgelts (§ 21 Abs. 1 Z 7 und § 31) und des Tarifwerkes des Werbefunks (§ 21 Abs. 1 Z 7) an den Stiftungsrat;
9. die Vollziehung der Beschlüsse des Stiftungsrates;
10. die Erstattung von Vorschlägen zur Geschäftsverteilung gemäß § 24 Abs. 2

IV) Vertragsgestaltung

Meine Vorstellung über die Vertragsgestaltung, die laut Ausschreibung auf der Grundlage der derzeitigen Praxis erfolgen soll, sieht doch gravierende Abweichungen vor.

Ich sehe die Position des Generaldirektors als eine stark leistungsorientierte: geht es dem Unternehmen gut, dann darf es auch dem Führungsteam und den MitarbeiterInnen gut gehen. Ich sehe es keinesfalls als gegeben an, Fixgehälter zu lukrieren, egal ob Erfolge eingefahren werden oder nicht.

Ich bin nach 20 Jahren Selbstständigkeit daran gewöhnt, an Erfolgen gemessen – und auch ausschließlich danach honoriert - zu werden. So will ich es weiter halten – **ich stelle mich der Verantwortung und stehe dem Publikum direkt, aber auch dem Publikums- sowie Stiftungsrat jederzeit bereitwillig Rede und Antwort.**

- Es könnte jedoch sein, dass Anrufe aus Parteisekretariaten NACHRANGIG behandelt werden...

580 Millionen Euro der GebührenzahlerInnen müssen reichen, um den ORF MERKBAR von ATV, PULS TV und anderen deutschen Privatsendern zu unterscheiden. Der ORF bzw. die im Stiftungsrat Verantwortlichen dürfen nicht tatenlos zusehen, wie „Servus TV“ den Bildungs-, Kultur- und Informationsauftrag als Privater besser erfüllt als der ORF...

Die MARKE ORF hat nach wie vor große Zukunft! - Ich würde den Beweis gerne antreten und vertraue völlig darauf, mit dem schlummernden, sicher wieder entflammenden Rest-Engagement großartiger ORF-MitarbeiterInnen diesem einstigen Paradeunternehmen Österreichs (unter Bacher&Zeiler) neuen Glanz zu verleihen.

Ich bin bereit – und bitte um Ihr Vertrauen!

Ich bin zuversichtlich, dass die Mitglieder des ORF-Stiftungsrates am 9. August ihrer großen Verantwortung, eine bestmögliche Entscheidung zum Wohle des öffentlich-rechtlichen ORF, seiner MitarbeiterInnen, des Landes sowie der österreichischen Bevölkerung zu treffen. Ich wünsche dafür alles Gute!

Mit besten Grüßen
Manfred Greisinger e.h.



Manfred Greisinger: 1964 in Allentsteig im Waldviertel geboren, Medien-Abenteurer, Seminartrainer für Persönlichkeitsentwicklung, Vortragender, PR-Berater und Verleger. „Freier Autor, der das Autonome liebt“, hat an der Universität Wien Publizistik und Politikwissenschaft studiert und 1996 als Dr. phil. promoviert. Er ist „ICH-Marken“-Pionier, der 1998 den Erfolgstitel „Ihr ICH als unverwechselbare Marke“ (bereits 6. Auflage) geschrieben hat und Universitätslektor für personal branding an der *Alpen-Adria-Universität* Klagenfurt sowie der *Donau-Uni* Krems. Seit 1991 sind nunmehr 18 Bücher in seinem BestSEELer-Verlag *Edition Stoareich* erschienen. www.stoareich.at