

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk im Wandel: Herausforderungen und Perspektiven

Ein Blick nach Österreich

Maren Beaufort

Einleitung: Die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Mediensystem

Im Jahr 1957 gegründet, wurde die staatliche Österreichische Rundfunk Gesellschaft mbH (ORF) 1958 zum alleinigen Anbieter von Radioprogrammen und des seit 1955 bestehenden Fernsehversuchsprogramms in Österreich. Die nach dem Proporzsystem erfolgte Besetzung leitender Positionen durch ÖVP (Österreichische Volkspartei) und SPÖ (Sozialistische, seit 1991: Sozialdemokratische Partei Österreichs) führte jedoch zu Qualitätsmängeln und wachsender Unzufriedenheit des Publikums, die 1966 in einem der erfolgreichsten Volksbegehren der Zweiten Republik gipfelte.

Das neue Rundfunkgesetz etablierte einen mit weitreichenden Befugnissen ausgestatteten Generalintendanten, stärkte die Bundesländer im 22-köpfigen Aufsichtsrat, führte eine „Hörer- und Sehervertretung“ ein, legte die Grundlagen für drei bundesweite Radios und zwei Fernsehprogramme und erweiterte das Informationsangebot deutlich. Das internationale, für den ORF charakteristische Korrespondent:innennetz wurde ausgebaut, und die nach dem Vorbild der BBC konzipierte 1955 gestartete Hauptnachricht-

tensendung „Zeit im Bild“ (ZIB) wurde 1970 auf beide Fernsehkanäle durchgeschaltet. Sie entwickelte sich rasch zum zentralen Informationsforum der österreichischen Öffentlichkeit (Plasser/Ullrich 2004: 59). Heute umfasst das „ZIB“-Angebot neben der Hauptausgabe um 19:30 Uhr zwölf weitere tagesaktuelle Sendungen sowie Formate wie „ZIB History“ und „ZIB Wissen“ und bei Breaking News das „ZIB Spezial“. Jüngstes Produkt ist das „ZIB Magazin Media“, das 2026 zeitgleich mit der 100. Folge des Ö1-Medienmagazins „Doublecheck“ startete. 1973 trat – zunächst ohne rechtliche Grundlage – das erste europäische Redakteursstatut in Kraft (Steinmauer 2002: 33), das bis heute, insbesondere nach einer Überarbeitung 2022, als Bollwerk gegen externe Einflussnahme (ORF 2022) gilt. 1974 schrieb ein Bundesverfassungsgesetz die „Unabhängigkeit des Rundfunks“ fest; der ORF wurde zur Anstalt öffentlichen Rechts mit „öffentlicher Aufgabe“, dessen Programmgestalter:innen „unabhängig“ und „eigenverantwortlich“ arbeiten. Der Erfolg zeigt sich auch empirisch: Während nur 40,3 Prozent der Bevölkerung Mediennachrichten generell vertrauen, liegt der ORF mit 63,2 Prozent an der Spitze der vertrauenswürdigsten Nachrichtenmarken (Gadringer et al. 2025).

Zeitstrahl: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Österreich

- 1924 • Gründung der Radio-Verkehrs-AG (RAVAG), Radio Wien nimmt Sendebetrieb auf
- 1939 • Auflösung der RAVAG durch die Nationalsozialisten
- 1945 • Radio Wien geht wieder on air, weitere Sender in den vier Besatzungszonen folgen
- 1955 • Start des Fernseh(versuchs)programms einschl. Nachrichtensendung „Zeit im Bild“ (ZIB)
- 1958 • Übernahme aller Radio- und TV-Sender durch die Österreichische Rundfunk GmbH
- 1961 • Start des zweiten Fernsehprogramms
- 1964 • Volksbegehren zur Reform des Rundfunks
- 1966 • Erstes Rundfunkgesetz; drei Radio-Vollprogramme (Ö1, Ö Regional/später Ö2, Ö3)
- 1973 • Erstes Redaktionsstatut
- 1974 • Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks; ORF wird zur Anstalt öffentlichen Rechts
- 1979 • 4. Radioprogramm „Blue Danube Radio“, wird 1995 zu FM4
- 1984 • Beteiligung am Fernsehsender 3sat
- 1994 • Dualisierung des Radiomarktes
- 1995 • 24-Stunden-Fernsehprogramm
- 1997 • Start des digitalen Spartensenders TW1 (bis 2011) und des Onlineangebots ORF-ON (heute: orf.at)
- 1998 • Kooperation mit arte
- 2000 • Kooperation mit BR-alpha bzw. ab 2014 ARD alpha
- 2001 • Dualisierung des Fernsehmarktes; neues ORF-Gesetz: ORF wird Stiftung öffentlichen Rechts
- 2002 • Start des Sendebetriebs aus dem neuen volldigitalen Fernseh-Newsroom
- 2007 • Digitalisierung des Antennenfernsehens
- 2008/09 • Sendestart von ORF 1 und ORF 2 im HD-Format
- 2009 • ORF-TVthek und ORF-ON (später: orf.at) gehen online
- 2011 • Start der Spartensender ORF III (Kultur) und ORF Sport
- 2020 • Grundsteinlegung für den zukünftigen ORF-Mediencampus am Königlberg
- 2021 • Start von „ZIB Tiktok“
- 2022 • Neuer multimedialer Newsroom
- 2024 • Ablöse der Rundfunkgebühr durch eine geräteunabhängige Haushaltsabgabe
- 2025 • Gremienreform

Quelle: eigene Darstellung

Gremienstruktur, staatlicher Einfluss und demokratische Kontrolle

Mit der ORF-Gesetznovelle 2001 durch die damalige ÖVP-FPÖ-Regierung wurde der ORF zur Stiftung öffentlichen Rechts mit Stiftungs- und Publikumsrat. Die Geschäftsführung liegt beim bzw. bei der Generaldirektor:in sowie vier Direktor:innen (Finanzen, TV-Programm, Radio, Technik). Die neun Landesstudios werden von Landesdirektor:innen geleitet. Der Stiftungsrat bestellt die ORF-Spitze und – auf deren Vorschlag – die übrigen Direktor:innen, genehmigt das Budget, überwacht das Finanzgebaren und muss zahlreichen Entscheidungen zustimmen. Der Publikumsrat hat vorwiegend beratende Funktion, kann jedoch die Regulierungsbehörde einschalten.

Die Novelle von 2001 ließ die Gremienzusammensetzung zunächst unverändert: Im 35-köpfigen Stiftungsrat bestellte die Bundesregierung neun Mitglieder plus sechs entsprechend den Nationalratskräfteverhältnissen; neun kamen von den Bundesländern, sechs vom Publikumsrat und fünf vom Zentralbetriebsrat. Für den 30-köpfigen Publikumsrat wählte der Bundeskanzler 17 Mitglieder aus Vorschlägen von Interessensorganisationen; zusätzlich entsandten die Bildungsorganisationen der Parlamentsparteien je ein Mitglied, acht weitere besetzten direkt Kammern, Kirchen, Gewerkschaften und die Österreichische Akademie der Wissenschaften. Das damit zum Ausdruck kommende Politics-in-Broadcasting-System (Kelly 1983) wurde wissenschaftlich vielfach als strukturelle Verflechtung von Politik

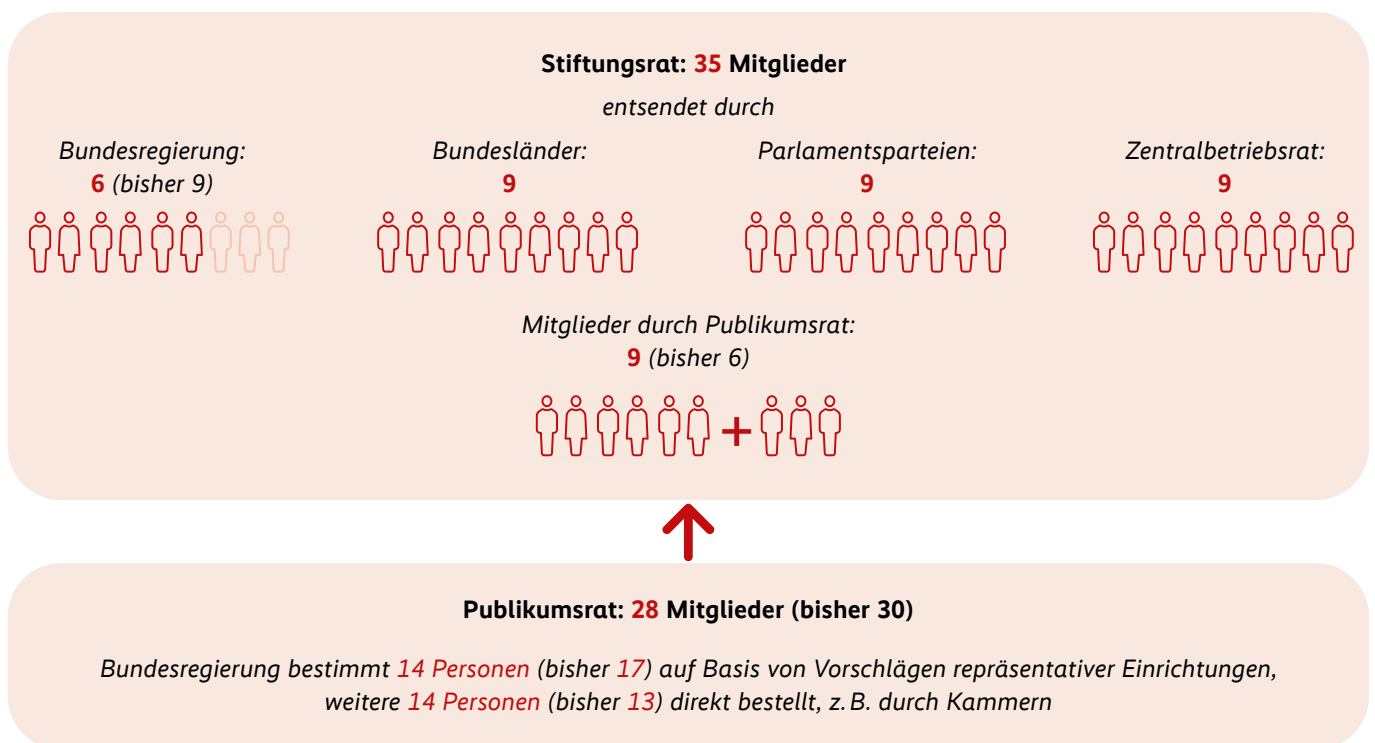
und öffentlich-rechtlichem Rundfunk kritisiert, insbesondere da für die Wahl des Generaldirektors/der Generaldirektorin eine einfache Mehrheit genügt und offen abgestimmt wird – ein Umstand, der kontrovers diskutiert wurde und wird, jedenfalls aber dem Clubzwang als einer Form politischer Koordinierung sowie den parteinahen „Freundeskreisen“ Brisanz verleiht.

2023 hat der Verfassungsgerichtshof (VfGH) die Regelungen zur Zusammensetzung des ORF-Stiftungs- und Publikumsrats aufgrund von Verstößen gegen das Pluralismus- und Unabhängigkeitsgebot des Rundfunk-Bundesverfassungsgesetzes als teilweise verfassungswidrig aufgehoben und bis März 2025 eine erneute Novellierung des ORF-Gesetzes verlangt. Die vom VfGH aufgehobene Regelung zur Zusammensetzung des Stiftungsrats stammte aus dem Jahr 1984 und der damaligen SPÖ-FPÖ-Koalition; sie war in der Novelle 2001 unverändert geblieben. Die ursprüngliche Fassung von 1974, beschlossen unter der sozialdemokratischen Alleinregierung, hatte hingegen nur vier von der Regierung zu entsendende Mitglieder vorgesehen. Die seit März 2025 amtierende Regierung aus ÖVP, SPÖ und NEOS reagierte auf das Erkenntnis des VfGH in der Kürze der vorgegebenen, bis zur Reparatur des Gesetzes verbleibenden Zeit mit einem „kleinen Umbau der ORF-Gremien“ (Fidler 2025), der im Wesentlichen die folgenden Bestimmungen enthält.

Die Bundesregierung bestellt nun noch sechs statt bisher neun Mitglieder des Stiftungsrats, während der ORF-Publikumsrat jetzt neun statt bisher sechs Mitglieder be-

Abb. 2

ORF-Gremien



Quelle: eigene Darstellung

stimmt. Die Bundesregierung bestellt nun 14 statt bisher 17 Mitglieder des auf 28 (früher: 30) Mitglieder verkleinerten Publikumsrats nach Vorschlägen gesellschaftlicher Gruppen. Ebenfalls 14 Mitglieder werden weiterhin von Kammern, Kirchen, Gewerkschaften, Parteiakademien, der Akademie der Wissenschaften und (neu) dem Hauptverband der Sozialversicherungsträger direkt entsandt. Für Stiftungsräte (der Regierung) und Publikumsräte gelten zusätzliche Anforderungen, um Vielfalt sicherzustellen. Die Funktionen werden öffentlich ausgeschrieben, die Auswahl muss öffentlich begründet werden. Zudem dürfen Stiftungsräte der Bundes- und Landesregierungen sowie des Publikumsrats bei veränderter politischer Besetzung ihrer Entsender nicht mehr vorzeitig abberufen werden.

Ob die Reform der ORF-Gremien die von Harald Fidler (*Der Standard*) bis in die 1960er Jahre dokumentierten politischen Einflussversuche auf Führung und Management des größten Medienunternehmens des Landes tatsächlich erschwert, bleibt abzuwarten (Fidler 2025). Die zentrale interne Kontrollfunktion liegt beim Redaktionsrat, dessen Aufgaben im Redaktionsstatut definiert sind und dessen Einhaltung er überwacht. Es legt fest, dass (1) alle Redaktionsmitglieder die Unabhängigkeit von (partei-)politischen, wirtschaftlichen und sonstigen (organisierten) Interessen strikt zu wahren haben, (2) die Organe des ORF die Eigenständigkeit und Eigenverantwortlichkeit sowie die Freiheit der journalistischen Berufsausübung aller Redaktionsmitglieder bei der Erfüllung der ihnen übertragenen Aufgaben zu respektieren haben und (3) die Redaktionsversammlung bei Berufungsverfahren von Chefredakteur:innen und leitenden Redakteur:innen zu informieren ist und ein Vorschlagsrecht hat.

Die externe Aufsicht über den ORF und seine Tochtergesellschaften liegt bei der Kommunikationsbehörde KommAustria. Von 2001 bis 2010 fungierte der Bundeskommunikationssenat als erst- und letztinstanzliche Rechtsaufsicht. Seit 2010 ist die weisungsfreie KommAustria erste Instanz; gegen ihre Entscheidungen kann beim Bundesverwaltungsgericht Beschwerde erhoben werden.

Finanzierung

Der ORF finanzierte sich lange Zeit primär aus Gebühren einerseits und Werbeeinnahmen und sonstigen Erlösen andererseits, etwa im Verhältnis 2:1. Die Berechtigung der Gebühren wurde durch die KommAustria überprüft, wobei ein Drittel der eingehobenen Rundfunkgebühren nicht an den ORF ging, sondern für Kunst- oder regionale Medien- und Filmförderungen, Musikschulen und die Altstadtterhaltung verwendet wurde.

Mit der fortschreitenden Digitalisierung wuchs die sogenannte Streamingglücke, da der Empfang von ORF-Programmen über Computer gebührenfrei blieb. Der VfGH erklärte dies im Juni 2022 für verfassungswidrig, was eine

Neuordnung der ORF-Finanzierung nach sich zog: Seit Januar 2025 gilt eine österreichweit verpflichtende ORF-Haushaltsabgabe (vereinzelte Ausnahmen), ergänzt durch Länderabgaben. Die jüngste Novelle friert diese Abgabe für 2027 bis 2029 auf 15,30 Euro ein. Der ORF kalkuliert dadurch mit einem Sparbedarf von 220 Millionen Euro (Fidler 2025). Einnahmen aus der Haushaltsabgabe beliefen sich 2024 auf rund 732 Millionen Euro; sonstige Einnahmen, insbesondere aus Werbung, auf rund 337 Millionen Euro. Das bis einschließlich 2029 geltende Limit von 710 Millionen Euro aus der Haushaltsabgabe darf der ORF jährlich um bis zu 35 Millionen Euro überschreiten, sofern er das ORF-Radiosymphonieorchester (RSO) finanziert und ORF III sowie ORF Sport Plus eigenständig weiterbetreibt. Die daraus erzielten Einnahmen fließen größtenteils an den ORF; einzelne Bundesländer behalten, wie bereits vor der Umstellung des Finanzierungsmodells, weiterhin Teile davon ein, was gesetzlich vorgesehen ist.

Konkurrenz

Die im europäischen Vergleich späte Dualisierung des Rundfunkmarkts – privat-kommerzielle und nicht-kommerzielle Radio- und Fernsehsender starteten erst 1998 bzw. 2003 – führte zwar zu sinkenden Marktanteilen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, änderte jedoch nichts an seiner Marktführerschaft. Private Anbieter konnten sich aufgrund tradierter Nutzungsmuster nur langsam etablieren, was rasch zu Konzentrationsprozessen führte: Große regionale Printverlage wurden zu Eigentümern reichweitenstarker Privatradios; im Fernsehbereich fusionierten 2017 ATV und Puls4 unter ProSiebenSat.1. Reichweitenstärkster Privatsender ist jedoch Servus TV (Marktanteil 5,3 Prozent), im Besitz der Red Bull GmbH.

Aktuell hält der ORF im TV-Sektor 34,2 Prozent Marktanteil, gefolgt von ProSiebenSat.1 (16,1 Prozent) und der RTL-Gruppe (13,5 Prozent). Im Radio erreicht der ORF 61 Prozent Marktanteil; das bestplatzierte österreichweite Privatradio, kronehit, nur acht Prozent. Die Reichweiten der wichtigsten ORF-Programme liegen bei ORF 2: 45,5 Prozent, ORF 1: 23,7 Prozent, Ö3: 29,9 Prozent, die Regionalradios gesamt bei 23,7 Prozent¹. In regionalen und lokalen Räumen ist das Angebot zwar vielfältiger, was dort zu spürbarem Konkurrenzdruck führt.

Für die Informationsnutzung bilden ORF 2 (35 Prozent), Ö3 (27,1 Prozent) und ORF 1 (26,2 Prozent) laut „Digital News Report“ – trotz leichter Rückgänge – weiterhin das meistgenutzte Offlinetrio. Online liegt orf.at mit 28,8 Prozent klar in Führung. Konkurrenz entsteht vor allem im Boulevardsegment durch Servus TV (20,2 Prozent), oe24 TV (12,3 Prozent) und oe24.at (11,3 Prozent) sowie aus dem Ausland durch das ZDF (14,2 Prozent). Puls 4 erreicht zwölf Prozent und rangiert damit noch auf Platz zehn der meistgenutzten Nachrichtenmarken. Insgesamt dominiert

¹ TV: ORF Medienforschung, Daten für 2024 (<https://der.orf.at/medienforschung>); Radio: RMS Radiotest, Daten für 2. Hälfte 2024 (<https://rms-austria.at/mediaservice/radiotest>).

der ORF die Informationsnutzung über alle Ausspielkanäle hinweg (Gadringer et al. 2025)². Im Unterhaltungsbereich steht er in Konkurrenz zu deutschen Privatsendern wie RTL, VOX, ProSieben und SAT.1 – umgekehrt fehlt der ORF auf dem deutschen Markt aufgrund der Verschlüsselung.

Digitalisierung

2002 nahm der volldigitale Fernseh-Newsroom den Betrieb auf; die Digitalisierung war 2007 abgeschlossen. 2009 startete die ORF-TVthek, zehn Jahre später die Radiothek. Lange Zeit waren die meisten der dort abrufbaren Sendungen nur sieben Tage verfügbar, ehe die Novellierung des ORF-Gesetzes 2023 eine Verlängerung der Abrufdauer der Inhalte in der Mediathek erlaubte und einige andere unzeitgemäße digitale Beschränkungen aufhob (wenn auch zugleich neue Beschränkungen für orf.at fest schrieb). Das 2013 vom VfGH aufgehobene Facebook-Verbot wurde gefolgt von neuen Einschränkungen: 2018 untersagte die Medienbehörde zunächst einen YouTube-Kanal der „Zeit im Bild“, der erst 2024 – nach großen Erfolgen auf Instagram und TikTok mit mehr als 1 Million Follower:innen – realisiert werden konnte. Ebenfalls 2024 starteten das Kinder-Streamingangebot ORF KIDS und die neue Plattform ORF ON als Nachfolgerin der TVthek. Der multimediale Newsroom des neuen ORF-Mediencampus, der Redaktionen aus TV, Radio, Online und Social Media bündelt, nahm im Juni 2022 den Betrieb auf.

Ein direkter Vergleich von Marktanteilen mit denen privater Streamingplattformen ist nur eingeschränkt möglich, da es hierfür keine unmittelbar vergleichbare Datenbasis gibt. Zwar erhebt die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH Marktanteile einzelner Streamingangebote (u. a. Netflix, YouTube, WhatsApp), für einzelne TV-Sender liegen jedoch ausschließlich Daten zur Nutzung der Mediatheken vor. Ein Vergleich zwischen linearem Fernsehen und Streaming kann daher nur indirekt erfolgen. Aus verschiedenen Studien lässt sich jedoch rekonstruieren, wo und in welchem Umfang gestreamt wird: Für das werberelevante Publikum ab 14 bzw. ab zwölf Jahren und unter 50 Jahren entfielen im Februar 2025 auf Netflix rund 10,7 Prozent der gesamten Videonutzungszeit des Vortags („gestern“), auf YouTube etwa 7,1 Prozent. Im selben Zeitraum erreichte ORF 1 im Werbepublikum ab zwölf und unter 50 Jahren – begünstigt durch die Ski-WM in Saalbach-Hinterglemm – einen Spitzenwert von 14,0 Prozent der gesamten Fernsehnutzungszeit des Vortags, während ORF 2 im Zeitraum der Regierungsverhandlungen auf 12,3 Prozent kam. Damit sind ORF 1 und ORF 2 die einzigen Fernsehsender, die in dieser Zielgruppe Marktanteile von über zehn Prozent erreichen. Insgesamt entfällt auf das Fernsehen in dieser Altersgruppe ein Anteil von 51,4 Prozent an der gesamten Videonutzung – in diesem Wert sind Livestreams und Mediathekenangebote bereits enthalten (RTR; AGTT; diemedien.at 2025).

Gesellschaftliche und politische Diskurse

Grundsätzlich sind zwei öffentliche Diskurse zu unterscheiden, die kaum Berührungspunkte haben: Auf der einen Seite gibt es einen seriösen Diskurs, dem es um eine nachhaltige Sicherung der unternehmenspolitischen und journalistischen Unabhängigkeit wie auch – davon nicht zu trennen – der wirtschaftlichen Grundlagen des ORF in einem „high-choice media environment“ im Interesse der demokratischen Gesellschaftsordnung geht (Van Aelst et al. 2017). Er umfasst auch kontrovers diskutierte Fragen im Sinne eines demokratischen Interessenausgleichs – etwa Kriterien staatlicher Unterstützung oder regulatorische Eingriffe in den Markt – und wird von Branchenvertreter:innen, Qualitätsmedien, zivilgesellschaftlichen Akteur:innen und der Wissenschaft getragen. Seit 2014 spiegelt sich dieser Diskurs auch in den Jahresberichten des „Media Pluralism Monitor“ wider.

Davon zu unterscheiden ist ein diffamierender, auf die Unterminierung unabhängiger journalistischer Arbeit und letztlich auf die Zerstörung öffentlich-rechtlicher Medienstrukturen zielender Diskurs, wie er auch in Österreich immer wieder von extremen politischen Kräften und einigen wenigen Boulevardmedien angeheizt wird. In Zeiten sinkenden Vertrauens in die Leistungsfähigkeit demokratischer Institutionen kann ein solcher Diskurs unter bestimmten Rahmenbedingungen Resonanz finden; systematische wissenschaftliche Untersuchungen dazu liegen jedoch nicht vor.

Repräsentativität durch Diversifizierung

Dem öffentlich-rechtlichen Auftrag, sich „an der Vielfalt der Interessen aller Hörer und Seher zu orientieren und sie ausgewogen zu berücksichtigen“ (§ 4 Abs. 2 ORF-Gesetz), versucht der ORF nicht nur inhaltlich, sondern auch strukturell zu entsprechen. Bereits 1967 führte dies zur Einrichtung eigenständiger regionaler Radioprogramme durch die neun Landesstudios, die bis heute als zentraler Pfeiler eines pluralen regionalen Angebots gelten (Beaufort/Tomanek 2024). Die spätere Regionalisierung des Fernsehens blieb hingegen auf das Vorabendprogramm beschränkt.

Im Rahmen einer themen- und zielgruppenspezifischen Diversifizierung wurde 1979 neben Ö1, Ö Regional (heute: Ö2) und dem jugendorientierten, im deutschsprachigen Raum innovativen Ö3 eine vierte Radiofrequenz eingerichtet: das teilweise englischsprachige „Blue Danube Radio“, das später durch FM4 – erfolgreich vor allem bei jüngeren Zielgruppen – ersetzt wurde. Das seit 1955 ausgestrahlte Kurzwellenprogramm für Hörer:innen im Ausland wurde nach 2010 schrittweise reduziert und 2024 eingestellt.

1997 startete der ORF mit Radio 1476 ein Informations- und Experimentalprogramm, das Schüler:innen,

² Die Frage lautete: „Welche der folgenden Kanäle haben Sie innerhalb der letzten Woche verwendet, um online auf Nachrichten zuzugreifen?“ Die Anteilswerte beziehen sich auf häufige und gelegentliche Nutzung.

Studierenden, Angehörigen von Minderheiten und Radio-interessierten jeder Art die Gelegenheit bieten sollte, in partizipative Projekte einzusteigen und in Diskussion mit Hörer:innen zu treten (bspw. „Radio Nachbar in Not“). Nach der Einstellung der Mittelwelle 1476 kHz sollte dieser Ansatz in das 2009 gegründete Webradio OE1Campus übergehen, das jedoch ein weitgehend unbekanntes Nischenangebot blieb. Auf der Ö1-Website heißt es knapp: „Neue, webadäquate Möglichkeiten für partizipatives Radio sind in Planung“ (Ö1 2017).

Seit 2020 ist der ORF gesetzlich verpflichtet, den Zugang zu Medieninhalten für Menschen mit Behinderungen nach Maßgabe des Standes der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Zumutbarkeit zu ermöglichen (§ 5 Abs. 2 ORF-Gesetz) – ein Auftrag, dem der ORF für Hörgeschädigte bislang besser nachkommt als für Sehgeschädigte. Auch die gesetzliche Vorgabe, den sechs anerkannten Volksgruppen einen „angemessenen“ Sendeanteil einzuräumen (§ 4 Abs. 1, § 5 Abs. 1), wird weitgehend erfüllt (Seethaler et al. 2025a). Seit 2011 produziert der ORF in Kooperation mit dem Community-Radio AGORA täglich acht Stunden slowenischsprachiges Programm.

Im Fernsbereich betreibt der ORF seit 1984 mit ARD, ZDF und SRF den kulturorientierten Fernsehsender 3sat und baute nach dem EU-Beitritt Österreichs grenzüberschreitende Kooperationen aus – seit 1998 mit arte und seit 2000 mit BR-alpha (heute ARD alpha). ORF 2 Europe ist seit 2004 europaweit via Satellit frei empfangbar. Parallel starteten 1997 das Onlineangebot ORF-ON (heute: orf.at) und der digitale Spartensender TW1; 2006 folgte Sport Plus, seit 2011 ein 24-Stunden-Kanal. Ebenfalls seit 2011 sendet ORF III als Kulturkanal auf der TW1-Frequenz.

Die strategische Profilierung der Vollprogramme – ORF 1 für die 14- bis 49-Jährigen, ORF 2 mit öffentlich-rechtlichen Kernthemen und Österreichbezügen für eher ältere Zielgruppen – gilt als erfolgreich, liefert aber auch Kritiker:innen Argumente, die Wettbewerbsnachteile privater Anbieter geltend machen.

Reichweite und Informationsauftrag

Die Stärke des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als aktuelles Informationsmedium wird vor allem vom älteren Publikum geschätzt: So wählt die Generation 55+ zur Deckung des täglichen Informationsbedarfs zu fast 54(!) Prozent ORF 2 und bildet selbst bei ORF 1 mit 33,2 Prozent die stärkste Nutzungsgruppe; 25,4 Prozent nutzen das Nachrichtenangebot von Ö3. Unter den 45- bis 55-Jährigen liegen die Anteile der beiden Fernsehsender bereits niedriger bei 27,2 bzw. 25,7 Prozent, während sie mit 34,9 Prozent die stärkste Nutzungsgruppe von Ö3 bilden. Von diesen Anteilswerten ist der ORF bei den jüngeren Altersgruppen weit entfernt. Sie betragen für die beiden Fernsehsender im besten Fall rund 20 Prozent. Ö3 und orf.at pendeln zwischen 25 und 27 Prozent. Obwohl Onlineangebote für mehr

als die Hälfte der 35- bis 44-Jährigen, über 60 Prozent der 25- bis 34-Jährigen und 72,3 Prozent der 18- bis 24-Jährigen bereits die wichtigste Nachrichtenquelle sind, kann orf.at dieses Potenzial nicht ausschöpfen. Überdies zeigt das Publikum der meistgenutzten ORF-Nachrichten (Ausnahme: Ö3) einen männlichen Überhang, wenngleich dieser in den vergangenen Jahren geringer geworden ist (Gadringer et al. 2025; Daten von Januar/Februar 2025).

Vergleicht man die 2024 erhobenen Marktanteile der öffentlich-rechtlichen Sender in der Gesamtbevölkerung über zwölf Jahren (Radio: über zehn Jahren) mit jenen der werberelevanten Gruppe der Zwölf- bis 49-Jährigen (Radio: 14 bis 49), zeigen sich – bei insgesamt gegenüber 2020 sinkenden Werten – deutliche Unterschiede: ORF 2 (20,9 vs. 10,3 Prozent), Ö1 (sieben vs. drei Prozent) und die Regionalsender (26 vs. 13 Prozent) schneiden in der jüngeren Zielgruppe schlechter ab. Etwas günstiger ist die Lage für ORF 1 (10,1 vs. 11,6 Prozent), Ö3 (25 vs. 28 Prozent) und FM4 (zwei vs. drei Prozent).³

Der ORF hat ein erkennbares Altersstrukturproblem. Die mehrfach novellierte Digitalisierungsstrategie weist zwar in die gewünschte Richtung, da sich die Mediennutzung der unter 45-Jährigen längst hin zu Onlineangeboten wie der „ZIB TikTok“ oder der „ZIB Instagram“ verlagert hat, deren redaktionelles Leitbild sich von jenem der Fernsehnachrichten unterscheidet. Dennoch stellt sich die Frage, wie zeitgemäß der öffentlich-rechtliche Auftrag in seiner derzeitigen Form ist und wie er den veränderten Erwartungen an Medien und ihre Informationsleistung entsprechen kann.

Gemäß §§ 4 und 10 ORF-Gesetz soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk neben der Förderung von Kunst, Kultur, Bildung, Wissenschaft und Sport „über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen“ umfassend, unabhängig, unparteilich und objektiv berichten und die „Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen“ – meist auf die Positionen der Parlamentsparteien bezogen – „angemessen“ und „ausgewogen“ berücksichtigen. Ziel ist eine „freie individuelle und öffentliche Meinungsbildung“. Selbst Kommentare sollen „sachlich“ sein. All dies lässt den „Informed Citizen“ als Leitbild eines Journalismus erkennen (Beaufort 2020, 2025; Beaufort/Seethaler 2017), dem in der repräsentativen Demokratie eine rein intermediäre Funktion zwischen politischem System und der in ihrer Rolle als Bürger:innen gedachten Bevölkerung zugeschrieben ist (Jarren/Donges 2011) – im Gesetz ist oft von „Vermittlung“ die Rede. Diese intermediäre Funktion erfüllt der ORF weitgehend im Sinne des Auftrags (Melischek/Seethaler 2019; Seethaler et al. 2025a).

An zwei Stellen – bei der „Bewusstseinsbildung zur Inklusion von Menschen mit Behinderungen“ (§ 4 Abs. 1) und beim „demokratischen Diskurs der Allgemeinheit“ (§ 10 Abs. 4) – verlässt der Auftrag die reine Vermittlungslogik. Hier werden Erwartungen sichtbar, die dem seit längerem beobachtbaren Wandel des Demokratiever-

³ Siehe Abbildung 3.

ständnisses entsprechen, der sich auch in der Mediennutzung niederschlägt und neue Anforderungen an den Informationsauftrag öffentlich-rechtlicher Medien stellt.

Ein neuer Auftrag: An Demokratie teilhaben

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist – wie das gesamte Mediensystem – mit gesellschaftlichen Wandlungsprozessen konfrontiert, die weit über kommunikationstechnologische und medienökonomische Veränderungen hinausgehen und einen Wandel der gesellschaftlich anerkannten Wert-

vorstellungen umfassen. Dieser zeigt sich auch im Verständnis von und im Umgang mit Demokratie (Dalton/Welzel 2014; Glavanovits et al. 2019; Beaufort 2020, 2025, i. E.). Zur liberal-repräsentativen Demokratievorstellung, die den meisten westeuropäischen Verfassungen zugrunde liegt, treten zunehmend Auffassungen von Demokratie, die eine unmittelbarere Teilhabe der Bürger:innen an politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen betonen. Pointiert ausgedrückt: Aus dem Delegieren von Verantwortung an Parteien wird stärker das Übernehmen von Verantwortung für die humane und materielle Umwelt; aus der Akzeptanz vorgegebener Themen das Bedürfnis, eigene

Die TV-Marktanteile der Österreichsender 2024

Abb. 3

Fernsehmarktanteile von in Österreich gestalteten Sendern national im Jahresschnitt 2024 in Prozent, nach Sendergruppen geordnet

ORF	Marktanteil ab 12 Jahre	Marktanteil 12–49 Jahre	Marktanteil 12–29 Jahre
ORF 2	20,9	10,3	11,8
ORF 1	10,1	11,6	15,7
ORF III	2,7	1,5	1,2
ORF Sport Plus	0,5	0,5	0,8

Red Bull	Marktanteil ab 12 Jahre	Marktanteil 12–49 Jahre	Marktanteil 12–29 Jahre
Servus TV	5,3	5,2	7,7

ProSieben, Sat.1, Puls4	Marktanteil ab 12 Jahre	Marktanteil 12–49 Jahre	Marktanteil 12–29 Jahre
ATV	2,5	3,9	2,9
Puls 4	2,5	4,2	3,2
ATV2	1,0	1,5	0,9
Puls 24	0,8	0,9	0,6

Fellner Mediengruppe	Marktanteil ab 12 Jahre	Marktanteil 12–49 Jahre	Marktanteil 12–29 Jahre
oe24 TV	1,3	1,3	0,4

Mediaprint	Marktanteil ab 12 Jahre	Marktanteil 12–49 Jahre	Marktanteil 12–29 Jahre
Krone TV	0,1	0,1	0,1
Kurier TV	0,1	0,1	0,0

R9	Marktanteil ab 12 Jahre	Marktanteil 12–49 Jahre	Marktanteil 12–29 Jahre
R9 Österreich HD	0,0	0,0	0,0

Teletest weist TV-Konsum plus sieben Tage aufgezeichnete Nutzung nach Ausstrahlung aus.
Quelle: Teletest.

Anliegen in den öffentlichen Diskurs einzubringen, sich zu vernetzen und Veränderungen aktiv herbeizuführen. In der gesellschaftlichen Praxis greifen beide Verständnisse ineinander und sind in der Bevölkerung nahezu gleich stark verankert – während sich die damit verbundenen demokratischen Praktiken sichtbar verändern.

Diese Wandlungsprozesse betreffen auch die demokratischen Rollen der Medien und besonders des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Qualität im Sinne des öffentlichen Auftrags bedeutet heute nicht nur, über einen elitären „Marktplatz der Ideen“ sachlich, ausgewogen und kritisch zu berichten, sondern auch Räume zu eröffnen, in denen Menschen selbst an diesem Marktplatz und an der Gestaltung sozialen Lebens kontinuierlich und im gegenseitigen Austausch teilhaben können.

Für den Bildungsauftrag bedeutet das beispielsweise: weniger die Vermittlung von Anforderungswissen, sondern die Förderung von Kompetenzentwicklung – „Know-how-to-know“ statt „Know-how“ –, damit sich Menschen in einer komplexer und dynamischer werdenden Lebenswelt orientieren und entfalten können (Beaufort 2017).

Wie notwendig eine Anpassung des öffentlich-rechtlichen Auftrags ist, zeigt sich am Medienvertrauen: Es hängt wesentlich davon ab, ob Medien die Erwartungen erfüllen, die – insbesondere im Bereich Information – stark durch die jeweiligen demokratischen Orientierungen geprägt sind. Eine quantitative, empirische Untersuchung des Mediennutzungsverhaltens der Österreicher:innen zeigt, dass sowohl die Priorisierung bestimmter Informationsangebote als auch das ihnen entgegengebrachte Vertrauen davon abhängen, wie gut Angebot und Nachfrage im Lichte unterschiedlicher Demokratieverständnisse miteinander übereinstimmen. Nur wenn Inhalte sowohl normativ gut begründet als auch für unterschiedliche demokratische Orientierungen anschlussfähig sind, können sie einen substanziellen Beitrag zum Funktionieren demokratischer Öffentlichkeiten leisten (Beaufort 2020, 2025, i. E.).

Das tatsächliche Nutzungsverhalten der Österreicher:innen zeigt allerdings, dass sich vor allem ein liberal-repräsentativ demokratisch orientiertes Publikum von den Fernsehnachrichten des ORF angesprochen fühlt. Partizipatorisch orientierte Informationsnutzende, die inzwischen fast 40 Prozent des Medienpublikums ausmachen (EVS/WVS 2024), finden hingegen nur begrenzt anschlussfähige Angebote. Ihre aus individuellen Demokratieverständnissen abgeleiteten Erwartungen werden vom traditionellen Medienangebot vielfach nicht in einer Weise adressiert, die sie als anschlussfähig erleben. Bezogen auf die Altersstruktur gibt es eine deutliche Schnittmenge mit jüngeren Nutzungsgruppen, wenngleich partizipatorisch orientierte Informationsnutzende kein reines Alterssegment, sondern eine demokratietheoretisch definierte Nutzungsgruppe bilden, die altersübergreifend verbreitet ist.

Hier standen im ORF lange Zeit nur unzureichend Angebote zur Verfügung, die partizipatorische Elemente unterstützen – etwa den Wunsch nach Anschlussfähigkeit sowie nach inklusiveren und kontinuierlichen Bottom-up-Formen der Teilhabe, die mit stärkerer Verantwortungsübernahme für die Gestaltung der eigenen humanen und

materiellen Umwelt einhergehen und die Artikulation persönlicher Anliegen erleichtern. Wie deutlich dieses Defizit – und seine Fortwirkung in vielen Bereichen – ausfällt, zeigen nicht nur aktuelle Nutzungsdaten, sondern auch eine neue, vom ORF beauftragte Studie zur Repräsentation und Einbindung armutsbetroffener und ausgrenzungsgefährdeter Personen, die den Ruf nach partizipatorischem Journalismus besonders deutlich hervortreten ließ: Partizipation funktioniert, so das Ergebnis von Fokusgruppen und Leitfadeninterviews mit Betroffenen sowie Vertreter:innen der Zivilgesellschaft, des Bildungssektors und der Wissenschaft, nur dann, wenn nicht lediglich über soziale Gruppen berichtet wird, sondern mit ihnen gemeinsame Projekte entwickelt werden und sie aktiv in die Programmgestaltung eingebunden sind – bis hin zu inklusiven Redaktionen (Seethaler et al. 2025b).

Dennoch scheint sich diese Entwicklung zu relativieren, insbesondere seit der Einführung von „ZIB Instagram“ im Jahr 2019 und „ZIB TikTok“ im Jahr 2021, die bei jüngeren und divers zusammengesetzten Publika eine bemerkenswerte Reichweite und Resonanz erzielen. Wie eine aktuelle Studie zeigt (Beaufort i. E.), lässt sich dieser Erfolg nicht allein durch plattformspezifische Logiken erklären. Die Social-Media-News sind keine verkürzten Ableitungen der Fernsehsendungen, sondern werden redaktionell neu bearbeitet – unter Berücksichtigung von Merkmalen, die partizipationsorientierte Öffentlichkeiten besonders stark ansprechen. Die Popularität dieser Angebote spricht für sich und verweist auf einen wichtigen Schritt in eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen Informationsangebots.

Nichtsdestotrotz bleibt es für den ORF eine erhebliche Herausforderung, insbesondere jüngere Menschen dauerhaft zu erreichen und wieder stärker an das öffentlich-rechtliche Angebot heranzuführen – ein Bedarf, der angesichts gesellschaftlicher Transformationsprozesse sowie veränderter Medienangebots- und Nutzungsmuster noch an Dringlichkeit gewinnt.

Fazit: Empfehlungen und Visionen für einen zukunftsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Der rechtliche Rahmen, in dem der öffentlich-rechtliche Rundfunk Österreichs operiert, kennt Stärken und Schwächen. Zu seinen größten Stärken gehören die Autonomie der Programmgestalter:innen, die Freiheit der journalistischen Berufsausübung und das mehrdimensionale Verständnis von Vielfalt.

Ein Angebot, das „sich an der Vielfalt der Interessen aller [...] zu orientieren“ hat, kann in einer digitalisierten Kommunikationsumwelt nur durch Nutzung aller Verbreitungswege ohne inhaltliche oder zeitliche Beschränkungen bereitgestellt werden. Mehr noch: Angesichts der postlinearen Nutzungslogik muss das Programm „primär mit Blick auf digitale Verbreitungswege, seien es die eigene Mediathek oder Drittplattformen wie YouTube oder Wikipedia entwickelt werden“ – und nicht umgekehrt (Dobusch 2021).

KI-unterstützte Produktionen und demokratietaugliche algorithmische Vorschlagssysteme sollten inkludiert und auf Verlinkung mit anderen europäischen Anbietern ausgelegt sein.

Vielfalt ist vielfältig zu verstehen: Heute sieht der öffentlich-rechtliche Auftrag darin besonders Vielfalt der Regionen und der Bevölkerungsgruppen, Gleichstellung von Frauen, Männern und nichtbinären Personen und Inklusion von Menschen mit Behinderungen. Regional ist der ORF gut aufgestellt, und an der Barrierefreiheit aller AV-Medieninhalte wird kontinuierlich gearbeitet – seit Kurzem auf einer besseren rechtlichen Grundlage (Seethaler 2025a). Der Anspruch an Vielfalt gilt allerdings für die soziale Vielfalt im Programm ebenso wie in den Redaktionen und im Management.

Eine für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mindestens ebenso entscheidende, gesetzlich bislang nicht festgeschriebene Dimension von Vielfalt betrifft die unterschiedlichen Vorstellungen demokratischen Zusammenlebens. Sie müssten als übergeordnete programmleitende Orientierung verstanden werden. Andernfalls lässt sich weder demokratisch funktionale Kommunikation noch gesellschaftlicher Zusammenhalt langfristig sichern – und gesellschaftlicher Spaltung nicht (mehr) angemessen begegnen. Dies erfordert verstärkte Anstrengungen, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk über die bestehende Medienordnung hinausführen: hin zu einem Journalismus, der jenseits des klassischen „Objektivitätsideals“ durch konsequente Kontextualisierung und Vernetzung neue Formen der Teilhabe ermöglicht und fördert – einschließlich einer intensiveren Einbindung des Publikums in Programmgestaltung und Produktion.

Notwendig ist weiterhin die Etablierung einer erweiterten Kommunikationsordnung im Sinne möglichst offener Arenen, die zugleich als Foren für Vernetzung, Interaktion und kontinuierlichen Austausch fungieren. Eine solche Ordnung erfordert die Ausschöpfung aller technisch, organisatorisch und redaktionell verfügbaren Möglichkeiten, um echte „Public Connection“ zu vielfältigen demokratischen Öffentlichkeiten zu stärken – und damit ein zukunftsorientiertes Denken in plattformisierten, über nationale Grenzen hinausreichenden offenen Kommunikationsräumen, die mit den bisherigen Strukturen kaum mehr vergleichbar sind.

Über die Autorin

Maren Beaufort forscht am Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) und der AAU sowie zuletzt als Research Associate am Europäischen Hochschulinstitut (EUI). Seit 2016 ist sie am „EU Media Pluralism Monitor“ (MPM) beteiligt und wirkt seit 2023 an den EU-vergleichenden Projekten „Local Media for Democracy“ (LM4D) sowie dem Horizon-Europe-Projekt „Mapping Media for Future Democracies“ (MeDeMAP) mit. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in der politischen Kommunikation, den Veränderungen von Kommunikationsräumen in digitalen und analogen Kontexten, der demokratischen Informationsleistung und Desinformation, dem Nutzungsverhalten und der Information Literacy sowie den daraus resultierenden Prozessen öffentlicher Meinungsbildung und deren Konsequenzen für Handeln und Verantwortung in demokratischen Systemen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zeitstrahl – öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Österreich

Abbildung 2: ORF-Gremien

Abbildung 3: TV-Marktanteile der Österreichsender 2024

Literaturverzeichnis

Arbeitsgemeinschaft Teletest – AGTT (2025): Teletest: Fernsehnutzung und Marktanteile nach Zielgruppen (Februar 2025).

Beaufort, Maren (2020): Medien in der Demokratie – Demokratie in den Medien [Media in democracy – Democracy in the media], Hamburg: University Press.

Beaufort, Maren (2025): Demokratieverständnis als Determinante von Partizipationsverhalten und Informationsnutzung: Zusammenhänge und Messmethoden, in: SWS-Rundschau 65 (1), S. 62–76.

Beaufort, Maren (Hrsg.) (2020): Digital Media, Political Polarization and Challenges to Democracy. London: Routledge.

Beaufort, Maren (i. E.): Exploring the Whole Picture: A Contemporary Perspective on Democracy, Societal Change, and Europe's Information Environments, in: Risi, R.; Ferri, P.; Klimkiewicz, K.; Miconi, P. (Hrsg.): *Essachess – Journal for Communication Studies* 19 (1), Special Issue „Media and Democracy“.

Beaufort, Maren (2017): Bildung als demokratischer Auftrag, in: ORF (Hrsg.): *Der Auftrag: Bildung im digitalen Zeitalter*, Public Value Jahresstudie 2016/17, Wien, S. 63–80, https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/qualitaetssicherung/2017/orf_public_value_studie_web.pdf (27.11.2025).

Beaufort, Maren; Schulz-Tomancok, Andreas (2024): Local Media for Democracy: Country Focus – Austria, in: Gulyas, A.; Brogi, E.; Schroeder, R.; Parcu, P. L.; Verza, S.; Blagojev, T.; Borges, D.; Kermer, J.; Trevisan, M.; Reviglio, U. (Hrsg.): *Uncovering News Deserts in Europe: Risks and Opportunities for Local and Community Media in the EU*, San Domenico di Fiesole.

Beaufort, Maren; Seethaler, Josef (2017): Transformation des Rundfunkjournalismus? Von Programmaufträgen, Rollenzuschreibungen und neuen Formaten, in: Kirchhoff, Susanne; Prandner, Dimitri; Renger, Rudi; Götzenbrucker, Gerit; Aichberger, Ingrid (Hrsg.): *Was bleibt vom Wandel? Journalismus zwischen ökonomischen Zwängen und gesellschaftlicher Verantwortung*, Baden-Baden, S. 47–72.

Dalton, Russell J.; Welzel, Christian (Hrsg.) (2014): *The Civic Culture Transformed: From Allegiant to Assertive Citizens*, New York.

Dobusch, Leonhard (2021): Von interaktiv bis staatsfern: Leonhard Dobuschs zehn Attribute eines idealen ORF, in: derstandard.at, <https://www.derstandard.at/story/2000128795213/von-interaktiv-bis-staatsfern-leonhard-dobuschs-zehn-attributen-eines-idealen> (27.11.2025).

European Values Study & World Values Survey (2024): EVS/WVS Joint 2024 Dataset, EVS & WVS.

Fidler, Harald (2025): ORF: Österreichs weitaus größter, öffentlich-rechtlicher Medienkonzern, in: diemedien.at, <https://www.diemedien.at/articles/orf-osterreichs-weitaus-grosster-offentlich-rechtlicher-medienkonzern> (27.11.2025).

Gadringer, Stefan; Sparviero, Sergio; Trappel, Josef; Holzapfel, Magdalena (2021): Digital News Report 2025: Detaillierergebnisse für Österreich, Salzburg, https://digitalnewsreport.at/wp-content/uploads/2025/06/DNR_2025_170625.pdf (27.11.2025).

Glavanovits, Josef; Gründl, Johann; Kritzing, Sylvia; Oberluggauer, Patricia (2019): Politische Partizipation, in: Bacher, Johann; Grausgruber, Alfred; Haller, Max; Höllinger, Franz; Prandner, Dimitri; Verwiebe, Roland (Hrsg.): Sozialstruktur und Wertewandel in Österreich: Trends 1986–2016, Wiesbaden, S. 439–456.

Jarren, Otfried; Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kelly, Mary (1983): Influencing on Broadcasting Policies for Election Coverage, in: Blumler, Jay G. (Hrsg.): Communicating to Voters, Thousand Oaks.

Melischek, Gabriele; Seethaler, Josef (2019): Wahlkampf im ORF: Eine Bilanz (fast) 50 Jahre nach dem ersten Fernsehwahlkampf 1970, in: Texte – Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs, 23 Wien, S. 48–53, https://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=147&pvi_id=2127&pvi_medientyp=t&oti_tag=Texte (27.11.2025).

Ö1 (2017): Von Radio 1476 zu oe1campus: Chronologie, <https://oe1.orf.at/artikel/230779/Chronologie> (22.12.2025).

ORF – Österreichischer Rundfunk (2022): Das Redaktionsstatut des ORF, <https://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/redaktionsstatut/index.html> (22.12.2025).

ORF – Österreichischer Rundfunk (2025): Jahresabschluss 2024, https://zukunft.orf.at/rte/upload/2025/veroeffentlichungen_nach_orf-g/jahresabschluss/0001_jahresabschluss_2024.pdf (3.12.2025).

Plasser, Fritz; Ulram, Peter 2004: Öffentliche Aufmerksamkeit in der Mediendemokratie, in: Plasser, Fritz (Hrsg.): Politische Kommunikation in Österreich: Ein praxisnahes Handbuch, Wien: WUV Universitätsverlag, S. 37–99.

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (2025):

Bewegtbildstudie Österreich 2025: Videonutzung nach Plattformen und Zielgruppen.

Seethaler, Josef; Beaufort, Maren; Strobl, Walter (2025a):

Monitoring Media Pluralism in the European Union: Results of the MPM 2025, Country Report: Austria, Florenz: European University Institute / Robert Schuman Centre (EUI/RSC), <https://hdl.handle.net/1814/92882> (27.11.2025).

Seethaler, Josef; Schulz-Tomančok, Andreas; Krainer, Larissa

(2025b): Der öffentlich-rechtliche Rundfunk – ein Medium für alle?! Herausforderungen und Chancen in der Repräsentation und Einbindung von armutsbetroffenen und ausgrenzungsgefährdeten Personen, in: Public Value Studie: Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs, Wien, S. 146–175.

Steinmaurer, Thomas (2002): Österreichs Mediensystem – Ein Überblick, https://www.demokratiezentrum.org/wp-content/uploads/2022/10/steinmaurer_medien.pdf (27.11.2025).

Van Aelst, Peter et al. (2017): Political Communication in a High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy?, in: Annals of the International Communication Association 41 (1), S. 3–27, <http://dx.doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551> (27.11.2025).

Impressum

Herausgeberin

Friedrich-Ebert-Stiftung e.V.
Godesberger Allee 149
53175 Bonn
info@fes.de

Herausgebende Abteilung

Abteilung Analyse, Planung und Beratung

Kontakt

Dr. Johannes Crückeberg
Johannes.Crueckeberg@fes.de

Bildnachweis

Titelillustration: Till Lukat

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung e.V. (FES). Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet. Publikationen der FES dürfen nicht für Wahlkampfszwecke verwendet werden.

Februar 2026

© Friedrich-Ebert-Stiftung e.V.

ISBN 978-3-98628-829-7

Weitere Publikationen der Friedrich-Ebert-Stiftung finden Sie hier:

➤ www.fes.de/publikationen

