

„Der Blick aufs große Ganze
hat in den Diskussionen
meist gefehlt.“



Martin Fleischhacker, Geschäftsführer
der demnächst eingestellten
'Wiener Zeitung', im ersten
ausführlichen Interview → Seite 6

Nº 19-20

19. Mai 2023
4,20 Euro

HORIZONT

Die Plattform für Werbung,
Medien & Marketing

Die Debatte: Dobusch vs. Dengler

ORF, MEDIENPOLITIK, VERLEGER

Heiß umfehdet, wild umstritten ist das neue ORF-Gesetz. Leonhard Dobusch und Veit Dengler debattieren im HORIZONT-Gespräch über Sinn und Unsinn des öffentlich-rechtlichen Systems und die heimische Medienpolitik.

Interview von **Stefan Binder**

Weißer Titelblätter heimischer Tageszeitungen, Aussendungen von Verlegern und Interviews, in denen journalistische Online-Portale als Massenvernichtungswaffe bezeichnet werden. Die Debatte um die Zukunft des ORF ist voll im Gange – nicht immer auf einem Niveau, auf dem sich das Medieninteressierte wünschen würden. Dabei ist im Wort- und Aussendungsgefecht oft gar nicht klar, was nun eigentlich die Position einzelner Player im Markt ist. Grund genug sich der Debatte mit zwei Persönlichkeiten zu nähern, die sowohl genug Abstand von aber gleichzeitig genug Kenntnisse über den heimischen Medienmarkt haben.

Leonhard Dobusch ist Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Innsbruck, hat aber ganz praktische Erfahrungen im Medienbereich. 2019 gründete er gemeinsam mit Barbara Blaha das Momentum Institut dessen wissenschaftlicher Leiter er ist. Seit 2022 sitzt er im Verwaltungsrat des ZDF, nachdem er zuvor bereits jahrelang im Fernsehrat tätig war. Darüber schreibt er auch auf dem Portal Netzpolitik.

Veit Dengler war von 2013 bis 2017 CEO der NZZ-Mediengruppe, danach

in der Konzernführung von Bauer Media. Auch er schreibt eine Kolumne – allerdings nicht für Netzpolitik, sondern den *Standard*.

HORIZONT: Haushaltsabgabe, Textbeschränkungen und Digital-Novelle: Die Debatte um den ORF ist in Österreich voll im Gange – teilweise auf erschreckendem Niveau. Wie nehmen Sie die Diskussion hierzulande wahr?

VEIT DENGLER: Wir sind mitten in Verhandlungen und Verhandlungen sind immer wie in einer Wurstfabrik. Das wirkliche Problem in Österreich ist, dass wir keine Diskussion über Medienpolitik haben. Das fällt uns wirklich auf den Kopf. Der Verfassungsgerichtshof setzt eine Frist und dann wird irgendwas hingeschludert. Das ist ein Problem. Das hängt mit der Qualität unserer Politik allgemein zusammen. Ich sehe aber die Möglichkeit, dass ORF, VÖZ und Politik zu einem einigermaßen vernünftigen Kompromiss kommen werden. Auch die Haushaltsabgabe war die absolut richtige Lösung. Aber damit sollte die Debatte eigentlich erst beginnen. Die wirkliche Debatte muss sein: Wie stellen wir sicher, dass es eine private Medienlandschaft in Österreich gibt. Ich sehe die



Der ORF soll primär dort tätig sein, wo es kein Geschäftsmodell gibt, findet **Veit Dengler**. © NZZ Mediengruppe



Öffentlich-Rechtliche sollen nicht nur Marktversagen beheben, sagt **Leonhard Dobusch**. © Jana Kay/ZDF

Gefahr, dass viele kollabieren werden, und die einzige Möglichkeit, das aufzuhalten, sind Subventionen. Das kann aber keine langfristige Antwort sein.

LEONHARD DOBUSCH: Ein Problem in der Debatte ist auch, dass Medien in eigener Sache berichten. Das ist immer schwierig. Ich habe immer schon gesagt, dass die Situation jetzt und wie man in solchen Fragen berichtet, ein Lakmestest für die Qualität eines Mediums ist. Ich finde, den bestehen nicht alle. Aber ich stimme Herrn Dengler zu: Was da jetzt rauskommt

ist auf jeden Fall besser, als das, was derzeit ist. Wenn das nun durchgeht, wird die nächsten fünf Jahre jedoch niemand mehr Medienpolitik angreifen, weil viel zu viel Angst besteht, dass sich das in der Berichterstattung niederschlägt. Aber es tut sich ohnehin so viel im privaten Sektor an Innovation, an Neugründungen und Dynamik, so dass die Debatte in fünf Jahren anders laufen wird, einfach weil die Player, die Geschäftsmodelle und die Welt eine andere sein werden.

Lesen Sie weiter auf → Seite 2

IN DIESER AUSGABE

Ehrgeizige Ziele

Wie Magenta Österreich zur Nummer eins am Telco-Markt werden will
MARKETING → Seite 10

Silvia Grünbergers Pläne

Wie sie PR-Arbeit nach dem Agentur-Abschied von Wolfgang Rosam definiert
AGENTUREN → Seite 12

TikTok-Learnings

Was die ‚Washington Post‘ auf der Plattform richtig macht – und wie heimische Medien performen
UPDATE → Seite 14

HORIZONT
MART
TECH
DAY

20.06.
2023

ARIANA, WIEN

ALLE INFOS AUF
HORIZONT.AT/
MTD2023

→ Fortsetzung von Seite 1

HORIZONT: Warum braucht es überhaupt einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk?

DOBUSCH: Demokratie, speziell die Massen-Demokratie, hängt mit Massenmedien zusammen. Ohne Massenmedien keine Massendemokratie. Der Gründungszusammenhang für die Existenz für so etwas wie öffentlich-rechtliche Medien ist die Überzeugung, dass demokratische Öffentlichkeit eine vielfältige Öffentlichkeit sein sollte. Wenn man der Überzeugung ist, dass es keinen völlig von Abhängigkeiten freien Journalismus gibt, dann ist es sinnvoll, wenn es in einer Gesellschaft verschiedene mediale Abhängigkeitslogiken gibt. Ich würde niemals behaupten, dass irgendwelche Programme, weil sie öffentlich-rechtlich sind, besser sind als von Privaten. Mein Argument ist: Die private, profitorientierte Logik ist eine andere als die öffentlich-rechtliche, die primär einem demokratischen Auftrag verpflichtet ist. Unsere demokratische Öffentlichkeit ist besser dran, wenn es sowohl profitorientierte Medien mit relevanter Reichweite als auch öffentlich-rechtliche Medien gibt, die wechselseitig in einem publizistischen Wettbewerb stehen und mit unterschiedlichen Abhängigkeiten zu kämpfen haben.

DENGLER: Auch als Liberaler würde ich sagen, dass der Staat durchaus eine Rolle haben kann, aber erstens dort, wo es ein Marktversagen gibt. Zweitens muss der Staat das so gestalten, dass sich private Medien gut entfalten können, also dass wir die Vielfalt durch die Dominanz der Öffentlich-Rechtlichen nicht reduzieren. Wir müssen viel mehr darüber diskutieren, was eigentlich die

Aufgabe von Öffentlich-Rechtlichen ist. In den vergangenen Jahren ist Produktion und Zugang zu Öffentlichkeiten viel billiger und einfacher geworden. Das heißt, der Zwang zur Größe hat sich reduziert. Das hat



„Ich habe große Probleme mit der Textdebatte. Das ist für mich retro.“

Leonhard Dobusch
Professor, Universität Innsbruck
© Screenshot Zoom

Folgen, nämlich, dass es viel mehr Angebote in aller möglichen Qualität gibt. Das Spiel von Angebot und Nachfrage wirkt jetzt besser als in der Vergangenheit. Deswegen ist nun die Frage, für welche Art von Inhalten und Kanälen brauchen wir den Öffentlich-Rechtlichen primär.

DOBUSCH: Dass Öffentlich-Rechtliche Marktversagen beheben sollen, halte ich aus zwei Gründen für schwierig: Wenn alle den

Öffentlich-Rechtlichen bezahlen, dann kann es nicht sein, dass man ein Minderheitenprogramm macht. Ich kann nicht sagen, alle müssen zahlen, aber Programm wird nur für die obersten 20 Prozent gemacht, die sich für Kultur- und Politikjournalismus interessieren und jene, die Sport sehen wollen, sollen dann gefälligst pro Saison 30 Euro zusätzlich zahlen. Das stärkere Argument ist aber, dass die Logik einen Unterschied macht. Es macht eben einen Unterschied, ob es primär einen demokratischen Auftrag gibt oder man primär Profit- und Reichweitenmaximierung unterworfen ist. Beide können wertvoll sein.

DENGLER: Weil alle zahlen, müssen wir allen etwas anbieten, ist ein sehr tückisches Argument. Den zweiten Punkt finde ich sehr gut, aber wir müssen ihn trotzdem diskutieren, weil wir in einer Welt der Entbündelungen leben. Das Argument, dass auch Armin Wolf auf Twitter macht, nämlich dass man die Reichweite bieten muss, damit die Leute auch für die Politik bleiben, stammt aus einer Zeit der Spektrumknappheit, in der es vielleicht nur zwei Kanäle gab. Wir leben aber in einer Zeit, in der es viel mehr Wahlmöglichkeiten gibt. Deswegen dreht sich der Auftrag des Öffentlich-Rechtlichen sehr wohl. Es kann eben nicht mehr sein, dass er alles abdeckt. Das wäre auch Geldverschwendung bzw. wäre es eine Verdrängung von Dingen, die privat gemacht und geliefert werden können. Sport ist da ein schönes Beispiel: Wenn der ORF Randsportarten macht, bin ich sofort dafür. Aber Champions League- oder Cupfinale – warum soll das nicht Puls 4 übertragen? Warum gibt es einen Preiswettbewerb für die Rechte zwischen Öffentlich-Rechtlichen und Privaten?

Was soll der ORF dann konkret leisten?

DENGLER: Da würde ich ein Prinzip verwenden: Der ORF soll primär da tätig sein, wo es kein Geschäftsmodell gibt. Das sind zum Beispiel Social-Media-Kanäle. Bei Social Media können sie als Privater in Österreich kein Geld verdienen. Das ist ein Bereich, wo es sonst wenig geben würde. Aber brauche ich den ORF, um Dancing Stars zu machen? Nein! Brauche ich den ORF, um Longform-Text-Journalismus zu machen? Nein! Das ist ein Bereich, in dem man andere Medien umbringen kann, wenn man das anbietet.

DOBUSCH: Ich habe große Probleme mit der Textdebatte und diesem Untersagen von Texten. Das ist für mich retro. Die Textbeschränkungen finde ich aus der Zeit gefallen. Journalistische Angebote sind zunehmend crossmedial. Die Frage, welche Form man davon wählt – ob das eine Kombination aus Text, Bild oder Audio ist – sollte aus einer journalistischen Logik und von einer Zielgruppenlogik getrieben sein, aber nicht von einer Trennung, die historisch ist. Jeder frühere Presseverlag macht heute Audio

finde ich etwa völlig absurd. Das trägt sich auch in kleinen Ländern kommerziell. Da braucht es wirklich keinen Öffentlich-Rechtlichen. Im Video-Bereich – gerade bei größeren Produktionen – braucht es in einem kleineren Land wie Österreich hingegen einen ORF. Beim Textbereich hat man tatsächlich ein Problem. Wenn wir uns ehrlich sind, ist vieles auf der blauen Seite Agenturmeldung. Dazu braucht man keine blaue Seite, aber das verwenden die Privaten für ihren Funnel, damit Menschen auf ihre Seite kommen, die sie dann zu zahlenden Kunden konvertieren können. Wenn beim Funnel oben aber weniger reinkommt, heißt das, dass sie auch weniger zu zahlenden Kunden konvertieren können. Da wäre ich ganz strikt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bei den Finnen wird jetzt ebenfalls streng im Textbereich begrenzt, in Deutschland haben wir das sowieso. In Österreich ist das absolut fällig.

Wenn Öffentlich-Rechtliche nur das leisten sollen, was Private nicht leisten können, warum schreibt man nicht einfach den öffentlich-rechtlichen Auftrag für Private aus?

DENGLER: Das ist ein guter Punkt. Da wo eigentlich viel Geld hinfließen sollte – und der ORF meines Erachtens zu wenig Geld reinsteckt – ist die Produktion von Spielfilmen, Serien und Kulturproduktionen. Bei normalen Unternehmen schaut man im Marketing etwa auf „working spend“ und „non working spend“. „Working spend“ ist das, was tatsächlich Marketing ist und „non working spend“ ist die Infrastruktur und Fix-Angestellten usw. In dieser Logik sollte man sich auch den ORF ansehen. Was fließt tatsächlich in Produktionen und was fließt in den Apparat und die Verwaltung. Diesen Teil muss man möglichst schlank halten. Deswegen ist es ganz gut, dass der ORF jetzt sparen muss. Hoffentlich spart er nicht auf der Produktionsseite, sondern bei der Verwaltung und Technik im eigenen Haus. Im Film- und Serienproduktionsteil wird bereits heute viel extern vergeben. Die Frage ist, warum man nicht ein Modell wählt, bei dem der Öffentlich-Rechtliche ein Inhalteproduzent ist. Das passt dann sehr gut in eine Welt, wo es viele verschiedene Kanäle gibt, auf denen die ausgespielt werden. Dann finde ich eine ORF-Filmproduktion zum Beispiel nicht in einem fixen Schedule, weil der sowieso verschwinden wird, sondern etwa auf Disney+ oder Netflix. Ich glaube, wir gehen ohnehin in diese Richtung. Das Problem ist, dass wir eine sehr lange Übergangszeit haben.

DOBUSCH: 50 Prozent des Produktionsvolumens von ZDF Studios wird sowieso nur an private Unternehmen vergeben. Aber das bedeutet noch lange nicht, dass man es deswegen einfach zur reinen Ausschreibungsbehörde machen sollte. Auch Herr Dengler weiß bestimmt, welche unfassbaren Defizite öffentliche Ausschreibungen teilweise haben und dass dann teilweise Leute bewusst unterbieten, weil man nachher sich über Umwege wieder etwas zurückholt. Ganz schlechte Anreize, ganz schlechte Kontrolle und gleichzeitig Know-How-Verlust auf der Seite der Ausschreibenden. Damit das überhaupt funktionieren kann, ist es wichtig, dass ich selber noch viel mache, weil das Know-How bringt, das ich brauche, um die Ausschreibung zu machen.



„Brauche ich den ORF, um Dancing Stars zu machen? Nein!“

Veit Dengler
Medienmanager
© Screenshot Zoom

oder Video. Man merkt auch in der aktuellen Debatte, dass sich der VÖZ in Wirklichkeit nicht ganz klar ist, was er will: Will er Text beschneiden oder will man auch nicht mehr Bewegtbild. Es gibt die Entbündelung aber gleichzeitig auch die Crossmedialität.

DENGLER: Das beliebte Wort vom Crossmedialen. Als Nachfragende konsumieren wir natürlich alle Medien. Aber auf der Angebotsseite stimmt das nicht. Das würde Spotify, RTL oder die FAZ doch sehr wundern. Die kommen ganz klar entweder aus dem Audio-, dem Video- oder dem Text-Bereich und das sind auch ganz verschiedene Kundenbedürfnisse. Was man macht, um auf der Video-Schiene erfolgreich zu sein, ist etwas anderes als auf der Audio-Schiene. Wenn der Öffentlich-Rechtliche aber anfängt, im längeren Textangebot den Privaten Konkurrenz zu machen, dann ist das tatsächlich existenzbedrohend für Private. Wir müssen respektieren aus welchen Bereichen – Video, Audio und Text – wir kommen und in allen Bereichen überlegen, was Private leisten und was nicht. Dass ein Öffentlich-Rechtlicher im Jahr 2023 noch Ö3 betreibt,

**Du hast den Mut,
wir das
Sprungbrett**

**Tauch ein in die
Kommunikationswelt**



**Jetzt
informieren!**

Bewirb dich jetzt!
werbeakademie.at

werbe
akademie
WIFI Wien