

„Sozialpornografie lehne ich ab“

Der TV-Macher Peter Schöber ist der Mann hinter ORF III. Die Zukunft des Fernsehens sieht er in Produktionen, die ein Sender selbst macht.

VON UDO SEELHOFFER

Ein klassisches Medium, das eine Blütezeit vor sich hat: Das ist Fernsehen für Peter Schöber. Der ORF III-Geschäftsführer ist überzeugt, dass es immer „internationale Highlightprodukte“ geben wird, die in jedem Markt funktionieren. Um jedoch einen Sender als Marke zu positionieren, werden Eigenproduktionen immer wichtiger. „Das geht bei einem öffentlich-rechtlichen Sender sehr stark in Richtung Zeitgeschichte, Kunst, Kultur und Politikvermittlung.“ Die Förderung des Verständnisses für Politik sei auch der Grund dafür, dass ORF III die Parlamentssitzungen in voller Länge übertrage.

Die Verschmelzung mit den modernen Medien sieht Schöber, der unter anderem

auch eine berufliche Vergangenheit beim amerikanischen Spitzensender CNN vorweisen kann, nur bedingt als die Zukunft des Fernsehens. Fernsehen habe immer „das Element der passiven Informationsvermittlung“. Es sei ein Vorteil, dass die Menschen sich nach einem langen Arbeitstag weiterbilden können, ohne sich vor den Computer setzen zu müssen. Es könne aber sein, dass sich der Übertragungsweg ändert und die Menschen über das Internet fernsehen.

Skeptisch sieht Schöber Formate, die ein „sehr stark voyeuristisches Element haben“. Zum Beispiel die Sendung „The biggest Loser“, wo übergewichtige Menschen aus bildungsfernen Schichten vorgeführt werden. Für Schöber ist das

„Voyeurismus und Sozialpornografie. Ich lehne das persönlich und als Fernsehmacher ab“. Wenn er so etwas sehe, sei er froh, „bei einem öffentlich-rechtlichen Sender arbeiten zu dürfen“. Fernsehen solle inklusiv sein, die Menschen einen und nicht an den Pranger stellen.

MARKTANTEILE ZWEITRANGIG. Ein öffentlich-rechtlicher Spartensender wie ORF III habe zudem den kaum zu überschätzenden Vorteil, dass „wir das Privileg haben, nicht konstant auf die Marktanteile schießen zu müssen“.

Als Tochter könne man die Synergien im ORF-Konzern optimal nutzen. Wichtig sei es, den Sender „unique“, also einzigartig, zu machen. „Marktanteile zu



Diskussion mit Peter Schöber, Oliver Rathkolb, Alexander Wrabetz, Hugo Portisch und Ani Gülgün-Mayr (von links nach rechts): „Wir gönnen den Produkten mehr Zeit, sich zu entwickeln“ (anlässlich der Neuauflage von „Österreich II“).



„Ich finde es überheblich, über die ‚Festivalitis‘ die Nase zu rümpfen.“

optimieren bedeutet indes nicht, unique zu sein.“ Gewiss: Gekaufte, fiktionale Serien und Filme laufen besser als Dokumentationen, Schöber ist es aber wichtig, ORF III durch eigene Formate von anderen Sendern abzugrenzen: „Eine Marke baust du dir nicht auf, wenn du nur Kaufprodukte hast.“ Es sei dem jungen, engagierten Team gut gelungen, den Sender über Eigenproduktionen zu definieren. Das koste Geld und brauche Zeit – sowie die hervorragende Unterstützung durch den Eigentümer, allen voran ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz und der kaufmännische Direktor Richard Grasl.

ZEIT SCHAFFT QUALITÄT. In der Fernsehbranche sei es heute generell so, dass den Verantwortlichen sehr wenig Zeit gegeben werde, ihre Produkte zu optimieren. Das ist bei ORF III anders: „Wir gönnen den Produkten mehr Zeit, sich zu entwickeln.“ Schöber verweist hier exemplarisch auf die ersten Folgen des Literaturformats „erLesen“, an denen man deutlich sehen könne, wie man kontinuierlich an der Qualitätsoptimierung arbeite. Weitere Entwicklungen bei ORF III in der nahen Zukunft betreffen den Ausbau des „Themenmontags“, da die Zuschauer großes Interesse daran zeigen, dass der Sender aktuelle Themen ausführlich behandelt. Der „Kulturanspruch“ des Kultur- und Informationssenders ORF III soll ebenfalls ausgebaut werden – unter anderem mit einem Schwerpunkt auf österreichischer Musik –, und mit Hugo Portisch wird die nächste Staffel der Serie „Österreich II“ neu gemacht.

KLEINES BUDGET, GROSSER ANSPRUCH. Mit etwas mehr als sieben Millionen Euro ist das Budget von ORF III „ambitioniert“, lacht Schöber. Für ihn und seinen kaufmännischen Geschäftsführerkollegen Helmut Kaiser ist das eine Herausforderung: „Geringe Budgets und großer Anspruch verlangen nach innovativen Lösungen.“ Auch deshalb arbeitet ORF III regelmäßig mit externen Partnern wie der „Niederösterreich Kultur“ zusammen. „Es sucht schon seinesgleichen, was sich in Niederösterreich in den letzten Jahren getan hat“, lobt Schöber. Gerade Festivals wie Grafenegg oder Reichenau stellten einen „niederschweligen Zugang“ zur Kultur dar. Dass solche Veranstaltungen von manchen Kultursnobs belächelt werden, versteht der in Steyr Geborene nicht: „Ich finde es

überheblich, über die ‚Festivalitis‘ die Nase zu rümpfen.“

80 Prozent der Ö1-Hörer schauen regelmäßig ORF III. Die restlichen 20 Prozent kommen von FM4. „Dass wir uns nicht innerhalb des ORF kannibalisiert haben“, freut den Tatort-Fan Schöber. Vielmehr wurde ein Publikum gewonnen, das über weite Strecken nicht mehr beim ORF gewesen sei. ORF III habe täglich durchschnittlich bis zu 500.000 Zuseherinnen und Zuseher, die von Sendern wie ARTE zum ORF zurückgeholt wurden. Eine Konkurrenzsituation zu ORF 1 und 2 gebe es nicht: „Wir sind ein ergänzendes, zusätzliches Angebot und können in den Bereichen, die wir abdecken, in die Tiefe gehen. Das ist der Vorteil, wenn du nicht ins tägliche Quotenrennen geschickt wirst.“



Programmpräsentation 2014, im Bild Barbara Rett

Große Bühne für den kleinen Bruder

ORF III ist ein österreichischer Spartensender, der kulturelle Themen als Ergänzung zu „ORF 1“ und „ORF 2“ versteht. Seit 2011 sendet ORF III als eigenständige Tochtergesellschaft zum Österreichischen Rundfunk. Neben Geschäftsführer Peter Schöber fungiert als Stellvertreter Helmut Kaiser, Chefredakteur ist Christoph Takacs.

Hervorgegangen aus dem zweiten ORF-Spartensender ORF plus +, bemühte man sich zuerst intensiv um österreichische Tourismus-Sendungen, es folgten Reisemagazine. Heute steht der Sender auf mehreren Programmsäulen – u. a. Religion, Volkskultur, Zeitgeschichte, Europakultur etc. Neue Schwerpunkte: Europapolitik, Zeitgeschichte-Themen, Künstlergespräche, ...

Eigenproduktionen werden von Karl Hohenlohe betreut, Barbara Rett moderiert Festspielgespräche, Heinz Sichrovsky stellt Schriftsteller vor.

Kennzeichen für ORF III ist auch der Verzicht auf Cross-Promotions; Werbezeiten dürfen nicht auch anderen Programmen angeboten werden.

Programmphilosophie: Wahrung der redaktionellen Freiheit.