

Presseaussendung, Linz, 05.06.2018

Medien:

ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz bei ACADEMIA SUPERIOR im DIALOG zur digitalen Transformation der Medienwelt

## **„Wir müssen zwei Pferde auf einmal reiten“**

„Derzeit gibt es kaum einen anderen Bereich, der sich so schnell verändert wie die Medienbranche.“ Mit dieser Aussage startete der ORF-Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz in den DIALOG mit dem Genetiker und Universitätsprofessor Dr. Markus Hengstschläger. Der Grund für diese Veränderung: Digitalisierung und Internet krempeln die Medienwelt seit mehreren Jahren rasant um.

Wie verändert dieser Prozess die Position der öffentlich-rechtlichen Medien? Um diese Frage näher zu beleuchten, lud ACADEMIA SUPERIOR – Gesellschaft für Zukunftsforschung den ORF-Generaldirektor zum Gespräch mit ihrem wissenschaftlichen Leiter nach Linz. „Der ORF steht zwei Tage vor der großen Medienenquete der Bundesregierung im Zentrum des öffentlichen Interesses. Umso wichtiger ist es, die Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien gerade auch im Hinblick auf die Digitalisierung breit zu diskutieren“, bemerkte LH-Stv. Dr. Michael Strugl – Obmann der ACADEMIA SUPERIOR – bei seiner Begrüßung der über 400 Gäste im Südflügel des Linzer Schlosses. Auch KommR. Dr. Andreas Mitterlehner – Generaldirektor der HYPO OÖ und Kooperationspartner des Abends – zeigte sich von der Relevanz des ORF für die Gesellschaft überzeugt.

### **Demokratierelevante Medien in der Digitalen Transformation unterstützen**

„Eine Gesellschaft kann sich bei so einem wichtigen Gut wie Information nicht darauf verlassen, dass sie nur vom privaten Markt ausreichend abgedeckt wird“, betonte Alexander Wrabetz und führte weiter aus, dass klassische Medien jeder Art durch die Digitalisierung vor großen Herausforderungen stehen: „Im Prinzip müssen wir zwei Pferde auf einmal reiten. Einerseits müssen wir Angebote für die Generation der Babyboomer liefern, da diese die größte Gruppe in der Bevölkerungspyramide sind. Andererseits müssen wir auch die nachkommenden Generationen, die ein völlig anderes Mediennutzungsverhalten und eine andere Nachfrage haben, an unsere Programme heranführen“, so Wrabetz.

Bei diesem Spagat sollten laut ORF-Generaldirektor demokratierelevante Medien – egal ob Zeitung, TV, Radio oder Internet – vom Staat dabei unterstützt werden, neue stabile Geschäftsmodelle zu etablieren. Große Bedeutung haben für Wrabetz hierfür gezielte Förderungen für qualitative Formate. Aber ebenso relevant sei es, europäische Medienplayer aufzubauen, die groß genug sind, um mit der globalen Konkurrenz der großen amerikanischen Digital-Konzerne mithalten zu können.

### **„Plötzlich stehen wir in einer globalen Konkurrenz“**

„Wir sollten nicht jammern, dass Facebook oder Google so stark sind. Und schon gar nicht sollten wir versuchen, sie einfach nachzuahmen! Europa muss bei der nächsten Entwicklungswelle der digitalen

Welt wieder vorne mit dabei sind. Die erste Welle, die Google und Facebook genutzt haben, wurde in Europa völlig verschlafen“, zeigt sich Wrabetz überzeugt. Hindernisse dafür sah er vor allem in veralteten Gesetzen in Europa: „Die alte europäische Medienregulierung war vor allem eine nationale Wettbewerbsregulierung. Unsere heutigen Konkurrenten heißen aber Amazon, Facebook, Google oder Netflix. Für die gelten alle diese Regulierungen nicht und deshalb sind sie immer einen Schritt voraus und konnten digitale Monopole aufbauen“, so Wrabetz.

„Einerseits sieht man in dieser Entwicklung negative demokratie-politische Konsequenzen, andererseits wird es den öffentlich-rechtlichen aber verboten, sich sinnvoll mit Angeboten auf das neue Nutzungsverhalten der Menschen einzustellen“, stellte Wrabetz fest und spielte dabei etwa darauf an, dass Inhalte in der ORF-TVThek nur sieben Tage online abrufbar sein dürfen. Eine weitere seltsam anmutende Regelung: Der ORF darf Videos erst auf orf.at zeigen, wenn diese bereits im TV gesendet wurden. Bei solchen Voraussetzungen sei es kein Wunder, dass der ORF nur drei Prozent aller Online-Werbeumsätze in Österreich einnimmt, Facebook aber sieben und Google ganze 40 Prozent der Werbungsausgaben lukriert.

### **Personalisierung und Digitalisierung sind Zukunft des Fernsehens**

Auf die Frage, wohin die Entwicklung im Fernsehen in Zukunft geht, war die Antwort für Wrabetz klar: „Digitaler Content wird in Zukunft vom klassischen TV immer weniger unterscheidbar sein. Außerdem wird Fernsehen immer stärker mit Personalisierungsfunktionen ausgestattet sein, um die individuellen Interessen der Seherinnen und Seher besser bedienen zu können“.

### **Über ACADEMIA SUPERIOR – Gesellschaft für Zukunftsforschung**

Ziel der ACADEMIA SUPERIOR ist es, Zukunftschancen sichtbar zu machen, die Innovationskraft zu erhöhen sowie die Wettbewerbsfähigkeit und die Sicherung des Wohlstands und der Demokratie in Oberösterreich und darüber hinaus zu stärken. Der Think Tank engagiert sich für eine sachliche und zukunftsorientierte Diskussion mit innovativen und globalen Blickwinkeln und bietet Freiräume zum Vor- und Querdenken. Obmann des gemeinnützigen Vereins ist LH-Stv. Mag. Dr. Michael Strugl, der wissenschaftliche Leiter Univ.-Prof. Dr. Markus Hengstschläger steht dem 24-köpfigen Beirat vor.



**Foto 1:** ORF Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz und Univ.-Prof. Dr. Markus Hengstschläger im DIALOG im Südflügel des Linzer Schlosses



**Foto 2:** v.l.n.r.: KommR Dr. Andreas Mitterlehner, LH-Stv. Dr. Michael Strugl, Dr. Alexander Wrabetz, Univ.-Prof. Dr. Markus Hengstschläger

Fotos honorarfrei © Academia Superior/Wakolbinger

Rückfragen-Kontakt: Michael Hauer | mail: [hauer@academia-superior.at](mailto:hauer@academia-superior.at) | Tel: 0732 77 88 99 -12