

ORF-Social-Media-Leitlinien

Präambel

Der Medienkonsum ist heute in weiten Teilen der Gesellschaft von Social-Media-Nutzung geprägt, die klassisches Medienverhalten vor allem bei jungen Menschen bereits in relevantem Ausmaß ersetzt.

Der ORF begreift Social-Media-Dienste als Chance und gleichzeitig als Notwendigkeit, entsprechend seiner Social-Media-Strategie jüngere Publikumsschichten anzusprechen, seine Marken zu stärken und um das Interesse an den ORF-Plattformen zu erhöhen. Gleichzeitig dienen soziale Medien dem ORF als Plattform für die Interaktion mit seinem Publikum und als wichtiges Instrument für zielgruppengerechtes Community-Building. In den Redaktionen des ORF kommt Social Media anlassbezogen auch als Recherche- und Verifikations-Werkzeug ebenso zum Einsatz wie als Instrument zur Generierung von User Generated Content.

Um die Anwendung der hohen Anforderungen an öffentlich-rechtliches journalistisches Arbeiten medienadäquat auch für den Bereich der sozialen Medien zu gewährleisten, haben Geschäftsführung, Redakteur/innen sowie Redakteurs- und Belegschaftsvertretung in einem kooperativen Prozess ihr gemeinsames Verständnis für den Umgang von ORF-Programmschaffenden und -Verantwortlichen auf sozialen Medien in den vorliegenden Bestimmungen festgelegt.

Die ORF-Social-Media-Leitlinien basieren auf internationalen Best-Practice-Beispielen und stellen eine Weiterentwicklung bestehender Regelungen im Unternehmen dar, sie tragen der gestiegenen gesellschaftlichen Bedeutung sozialer Medien Rechnung und verstehen sich als zukunftsorientierter Beitrag zur Qualitätssicherung des ORF im digitalen Zeitalter.

Anwendbarkeit journalistischer Standards in sozialen Medien

Soziale Medien spielen eine zentrale Rolle in einer zunehmend digitalisierten Gesellschaft. Die globale Vernetzung eröffnet Privatpersonen ebenso wie journalistischen Medien neue Kommunikations- und Interaktions-Möglichkeiten.

Neue Möglichkeiten bedeuten auch neue Risiken. Die private Nutzung dieser Plattformen ist als Ausdruck freier Meinungsäußerung und demokratischen Diskurses grundsätzlich begrüßenswert. Die Funktionsweise sozialer Medien bringt allerdings eine andere Art der Wahrnehmung und Zuordnung von Inhalten mit sich, die eine Unterscheidbarkeit von beruflicher und privater Sphäre für Dritte erschweren oder gar unmöglich machen kann.

ORF-Mitarbeiter/innen – ganz besonders jene, die aufgrund ihrer öffentlichkeitswirksamen Tätigkeit oder Stellung als in besonderer Weise mit dem ORF verbunden wahrgenommen werden – tragen eine besondere Verantwortung dafür,

dass ihre Meinungsbekundungen in sozialen Medien keine Zweifel an der integren und rechtskonformen Aufgabenbesorgung durch sie in den Sendungen und Angeboten des ORF oder an der Glaubwürdigkeit des ORF aufkommen lassen.

Objektivität, Ausgewogenheit, Meinungsvielfalt, Unparteilichkeit und Unabhängigkeit sind die verfassungsrechtlich garantierten wie geforderten Grundlagen öffentlich-rechtlichen journalistischen Arbeitens, die insbesondere im ORF-Gesetz, im Verhaltenskodex, dem ORF-Redakteursstatut oder den ORF-Programmrichtlinien umfassend und detailliert geregelt sind. Ebenso ergeben sich aus Arbeits- und Kollektivverträgen Handlungsanleitungen. All diese Regeln gelten auch für soziale Medien. Darüber hinaus hat die Redakteursvertretung mit den Social-Media-Guidelines für ORF-Journalist/innen Empfehlungen für den Umgang mit sozialen Medien ausgegeben.

In Bezug auf Objektivität und Unabhängigkeit bestehen daher auch für den Bereich der sozialen Medien insbesondere folgende Vorgaben:

§ 4 ORF-G (Öffentlich-rechtlicher Kernauftrag):

Abs. 5: „Der Österreichische Rundfunk hat bei Gestaltung seiner Sendungen und Angebote 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.“

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

Allgemeine Richtlinien des Österreichischen Rundfunks (ORF) für Programmgestaltung, Programmerstellung und Programmkoordination in Hörfunk, Fernsehen, Onlinediensten und Teletext (Programmrichtlinien):

1.5.19: [...] „ORF-Journalisten und -Programmverantwortliche haben zusätzlich auch alles zu unterlassen, das geeignet sein könnte, Zweifel an der Unabhängigkeit des ORF aufkommen zu lassen.“

Verhaltenskodex

Seite 3: *„Journalistische Unabhängigkeit*

Alle politischen und wirtschaftlichen Verquickungen, die geeignet sein könnten, Zweifel an der Unabhängigkeit aufkommen zu lassen, sind zu vermeiden. Deshalb ist strikt zu achten auf

Unabhängigkeit von (partei)politischen Interessen

Unabhängigkeit von wirtschaftlichen Interessen“

Seite 4: *„Unvereinbar mit der Unabhängigkeit von (partei)politischen Interessen sind:*

- *„Ausübung politischer Funktion oder Kandidatur dafür.*
- *Aktives Wahlengagement. Als solches wären u. a. aufzufassen: Mitwirkung an Veranstaltungen wahlwerbender Parteien und nahestehender Organisationen oder Mitwirkung an Wahlwerbung aller Art.*
- *Demonstrativ öffentliche politische Sympathieerklärung mit Bild, Name bzw. Unterschrift.“*

Verhalten in sozialen Medien

Eine exakte Trennung zwischen Beruf und Privatleben ist in sozialen Medien kaum möglich. Selbst bei privater Nutzung können ORF-Mitarbeiter/innen als ORF-Repräsentant/innen wahrgenommen werden.

Zur Sicherstellung der Einhaltung der angeführten journalistischen Grundsätze, Vorgaben und Empfehlungen und damit der Glaubwürdigkeit des ORF und seiner Mitarbeiter/innen ist daher in sozialen Medien Folgendes zu beachten:

1. Öffentliche Äußerungen, mit denen demonstrativ Sympathie oder Antipathie gegenüber politischen Institutionen, deren Vertreter/innen oder Mitgliedern zum Ausdruck gebracht wird, sind mit den gesetzlichen Vorgaben unvereinbar und daher unzulässig.
2. Öffentliche Äußerungen, die kritische Auseinandersetzungen oder persönliche Wertungen (Zustimmung, Ablehnung) über Dritte enthalten, sollen sachlich begründet und formuliert werden.
3. In keinem Fall dürfen öffentliche Äußerungen geeignet sein, Zweifel an der Glaubwürdigkeit, Objektivität oder Unabhängigkeit des ORF oder seiner Mitarbeiter/innen aufkommen zu lassen.

Die entsprechenden Meinungsbekundungen können dabei sowohl durch direkte Äußerungen erfolgen als auch indirekt durch Zeichen der Unterstützung/Ablehnung wie Likes, Dislikes, Recommends, Retweets oder Shares.

Eine konkrete Beurteilung kann jeweils nur im Einzelfall in einer Gesamtbetrachtung und nach Maßgabe der erwähnten rechtlichen Vorgaben erfolgen. Im Zweifel sollte von einer Meinungsäußerung Abstand genommen werden.

Diese ORF-Social-Media-Leitlinien sind als Dienstanweisung von allen journalistischen und programmgestaltenden Mitarbeiter/innen des ORF zu befolgen und gelten für Tochtergesellschaften als Gesellschafterweisung. Für sonstige natürliche und juristische Personen, die außerhalb von Arbeitsverträgen Programmleistungen einschließlich Moderationen erbringen (wie insbesondere Auftragsproduzent/innen oder freie Dienstnehmer/innen), ist die Einhaltung dieser Leitlinien vertraglich sicherzustellen.