

ORF Salzburg Das Haus punktet mit starker Off-air-Präsenz und On-air-Highlights wie der „Jedermann“-Aufzeichnung

„Geben Stabilität in einer zersplitterten Medienwelt“

Landesdirektor Hubert Nowak über Qualitätsanspruch und Gestaltung eines Bundesländerprogramms.

ALEXANDRA BINDER

Wien. Hubert Nowak steht an der Spitze des ORF Salzburg und muss ob der Erfolge – die 2004 in der aufwändigsten Produktion gipfelten, die ein ORF-Landestudio je umgesetzt hatte, der Übertragung des „Jedermann“ – wohl auch keine Sorgen haben. Im Gespräch mit **medianetfokus** erläutert er das dahinterstehende Konzept.

medianetfokus: *Wie hoch gingen bzw. gehen die Wogen der „Jedermann“-Übertragung?*

Hubert Nowak: Sehr hoch, wir haben damit nicht nur bewiesen, dass ein Landesstudio – von der Zentrale kam einzig die technische Unterstützung – Produktionen auf höchstem Niveau in 16:9 Dolby Surround umsetzen kann. Auch das nachfolgende Merchandising kann sich sehen lassen. Die erste Auflage der zugehörigen DVD ist bereits verkauft.

medianetfokus: *Die Konsolidierungsphase liegt also hinter dem Landesstudio?*

Nowak: Ja, wir haben sie im Vorjahr abgeschlossen und die zugehörigen Zahlen unterstreichen den Erfolg. Im TV haben wir bei „Salzburg Heute“ mit 94 Prozent den höchsten Reichweitenwert der Gesamtbevölkerung der letzten fünf Jahre erreicht und auch beim Marktanteil drei Prozentpunkte zugelegt – wir halten jetzt bei 65 Prozent.

medianetfokus: *Wie sieht es beim Radio damit aus?*

Nowak: Wir sind in der Flottenstrategie auf die Hörerschaft 35+ ausgerichtet und haben 2004 den zweithöchsten Wert der letzten fünf Jahre erreicht. Mit über 50



Setzt auf das täglich gleich hohe Maß an Seriosität und Qualität; das bringe Vertrautheit und biete Orientierung – Hubert Nowak.

Prozent Marktanteil halten wir uns auf höchstem Niveau sehr stabil und sind sowohl in Stadt, als auch Land gut verankert.

medianetfokus: *Ging eine Strategiestellung mit der Konsolidierungsphase einher?*

Nowak: Nein, wir haben keine großen Umstellungen vorgenommen. Wir fahren einen professionellen journalistischen Kurs und in einer zersplitterten Medienwelt ist es an sich schon sehr viel wert, wenn das Publikum das Gefühl hat, mit Stabilität versorgt zu sein. Man weiß, was einen erwartet, das bringt Vertrautheit und bietet Orientierung. Was natürlich nicht bedeutet, dass jeden Tag die gleiche Sauce „rausrinnen“ darf – ich spreche nur vom selben Maß an Seriosität und Qualität.

medianetfokus: *Welchen Anteil haben Off-air-Veranstaltungen am Erfolg des Landesstudios?*

Nowak: Einen hohen. Als Landesstudio hat man nicht nur aus Stadt und Land zu berichten, nicht in der Zentralburg zu sitzen. Das Haus muss selbstverständlich auch off-air präsent sein. Wir sind das beispielsweise mit dem off-air-Forum Salzburg, Podiumsdiskussionen mit hoch- und höchstkarätiger Besetzung, die Themen wie beispielsweise österreichische Gesundheitsreform oder Kinder im Scheidungskrieg aufgreifen.

medianetfokus: *Die Salzburger Veranstaltungs-Highlights?*

Nowak: Ich denke da an die „Klangmeile“ am 1. Jänner, die „Festspielnächte“ mit über 35.000 Besuchern, an „die lange Nacht der Museen“ oder die neue „Gstanzlmania“ – die Suche nach Gstanzlsängern, die besonderen Erfolg hatte. Dazu kommen dann die traditionellen und etablierten Veranstaltungen wie die „Rauriser Literaturtage“ oder die „Goldegger Dialoge“.

medianetfokus: *Wie gut steht das dritte Standbein Internet bereits?*

Nowak: Perfekt. Erst im Februar hatten wir einen Rekordwert an Zugriffen auf den Nachrichtenkanal salzburg.orf.at (1,3 Millionen).

Nachvollziehen kann man den Erfolg, wenn man die Geschichte betrachtet. 2002 hatten wir 8,8 Millionen Zugriffe, 2003 15 Millionen, im Vorjahr 21,8 Millionen. Nicht in erster Linie ausschlaggebend, aber viel genutzt: das Angebot von Radio und Fernsehen „on demand“. Bereits unmittelbar nach Ende der Sendung lassen sich Einzelbeiträge downloaden.

medianetfokus: *Schmälert das nicht die TV-Quote?*

Nowak: Keineswegs, dieses Service wird gern von Meinungsbildnern genutzt, die die Sendung gesehen haben „müssen“. Wirklich erfolgreich macht das Webangebot aber der ständige Überblick über das Land.