

Markus Waibel
PD1 – Redaktion „konkret“
0664/589 51 40
markus.waibel@orf.at

Konzept „Konsumentenschutz-Koordination“

Ausgangslage:

Die Berichterstattung über Verbraucher-Belange gehört unzweifelhaft zu den Grundpfeilern des öffentlich-rechtlichen Auftrages. Gerade durch die voranschreitende Digitalisierung in vielen Lebensbereichen stehen Konsumentinnen und Konsumenten im Alltag vor großen Herausforderungen. Daneben gibt es zahlreiche „klassische“ Fallen, in die man tappen kann. Hier einige typische Beispiele, von mir für die Sendung „konkret“ umgesetzt:

- Ein Online-Händler liefern Ware nicht, trotzdem verlangt ein Zahlungsdienstleister die Begleichung des Rechnungspreises. Die Beschwerde eines Kunden aus der Steiermark läuft ins Leere und wird von der Gegenseite nicht beantwortet. Der ORF vermittelt, Mahnungen und Androhungen von rechtlichen Schritten werden sofort eingestellt.
- Einem über 70-Jährigen wird eine auf 20 Jahre laufende Lebensversicherung „verkauft“. Durch einen ungünstigen Vertrag wird der dafür bei Abschluss eingezahlte Betrag von 35.000 Euro über die Jahre immer weniger und beträgt am Ende fast null, obwohl eine nennenswerte Rendite vorhanden ist. Nach einer Intervention des ORF wird dem mittlerweile 90-Jährigen der Ursprungsbetrag erstattet.
- Eine Oberösterreicherin bestellt bei einem Möbelhaus ein Sofa und bezahlt dieses sofort. Monatlang erfolgt keine Lieferung, bis die Konsumentin den Auftrag storniert. Doch das Geld wird nicht zurückgezahlt. Recherchen ergeben, dass der Händler dafür bekannt ist, oft erst nach gerichtlicher Aufforderung zu erstatten. Im vorliegenden Fall kann der ORF bewirken, dass die 1.100 Euro schließlich überwiesen werden, womit ein langwieriger Rechtsstreit unnötig ist.
- Eine Wienerin benötigt drei Mal in der Woche eine Dialyse, kann bei einer entsprechenden Infrastruktur vor Ort aber trotzdem auf Urlaub fahren. Sie weist das Reisebüro bei der Buchung auf diese Notwendigkeit hin. Allerdings stellen sich der Ferienort und das Hotel als nicht geeignet heraus. Die Pensionistin beschwert sich erfolglos. Der ORF interveniert und die Betroffene erhält nicht nur eine Entschädigung, sondern den vollständigen Reisepreis von 1.700 Euro zurück.
- Eine Steirerin braucht einen Umzugsdienst. Laut Angebot des Unternehmens rechnet sie mit Kosten von rund 500 Euro. Am Tag des Übersiedelns wird aber ein Betrag von 1.000 Euro in bar verlangt, ohne dafür eine Rechnung auszustellen. Erst nach einer ORF-Anfrage lenkt die Firma ein und erstattet 200 Euro.

Solche und ähnliche Problemstellungen könnten in besserer Weise als bisher über die Medien des ORF verbreitet werden, zumal es sich dabei um Themen handelt, die perfekt zum Kernauftrag eines gebührenfinanzierten Rundfunks passen.

Zielsetzung:

Bislang arbeiten Redaktionen wie „konkret“, „help“, die Landesstudios, die ZIB-Chronik, KorrespondentInnen, ORF ON, die „Nachlese“ und die sozialen Kanäle kaum zusammen. Hier einige reale Szenarien, wo es von mir angestrebte Kooperationen mit internen und externen Medien gab, die aber ausgeweitet und koordiniert werden könnten, um die Reichweiten zu steigern.

- Ein Steirer wird von einem Bankberater um mehr als eine Million Euro gebracht, wobei ein jahrelanger Rechtsstreit mit dem Institut folgt, das sich für nicht zuständig erklärt. IST: In einer Kooperation mit der „Kleinen Zeitung“ wird gemeinschaftlich berichtet und wechselseitig verwiesen. SOLL: Bericht in „Steiermark heute“, Tipps zur richtigen Geldanlage in „Eco“, Online-Artikel zum Fall bei help.orf.at.
- ORF „konkret“ berichtet als erstes Medium über einen Skandal rund um Verhütungsspiralen eines spanischen Produzenten. IST: Über Monate werden drei Beiträge für die Sendung produziert. Mehrere Betroffene melden sich. SOLL: Bericht im „Report“ über die Rolle der heimischen Aufsichtsbehörden in dem Fall und ein Studiogespräch mit dem zuständigen Minister. Da die Frauen aus mehreren Bundesländern stammen, könnten zentral Beiträge für etliche 19 Uhr-Sendungen zur Verfügung gestellt werden. Thematisierung der Verhütungsproblematik und gesundheitlicher Risiken auf Ö3 und FM4. Belieferung von ORF1 für eine Kurz-Doku mit anschließendem Talk. Online-Artikel mit Verlinkung zu den TV-Beiträgen auf help.orf.at. Konfrontation zwischen Verbraucherschutzorganisationen in der ZIB2. Bericht aus Brüssel, wie die Angelegenheit von der europäischen Gesundheitsbehörde eingeschätzt wird und Nachfrage durch den Korrespondenten direkt beim Unternehmen in Spanien. In „Thema“ erzählt eine Betroffene, wie sie sich fühlt, jetzt ungewollt schwanger zu sein, nachdem sie eine andere Lebensplanung hatte und nun vor einer schwierigen finanziellen Situation steht.
- Fluglinien bleiben Erstattungen von Corona-bedingt stornierten Tickets schuldig. „konkret“ berichtet umfangreich mit Vertretern von offiziellen Schlichtungsstellen. IST: Neben einem Beitrag für „konkret“ wird auch einer für die ZIB1 geschnitten. SOLL: Radionachrichten informieren, nachdem Verbraucherschutzorganisationen in einer mit dem ORF abgestimmten Aussendung Tipps zum Erhalt des Geldes geben. Studiogespräche in den regionalen Radioprogrammen mit ExpertInnen werden gesendet, davor läuft ein zentral produzierter Hörfunkbeitrag. Teaser für diesen Schwerpunkt wurden im Vorfeld ausgestrahlt. KorrespondentInnen fragen direkt bei den ausländischen Airlines nach und berichtet von ihren Erkenntnissen, im „Player“ bleiben die Beiträge längerfristig zum Abruf bereit und werden durch einen Online-Ratgeber mit Anlaufstellen ergänzt.
- Ein Oberösterreicher wird nach einer negativen Online-Bewertung von einem Sporthändler geklagt. IST: Das Thema wird von „konkret“ und Ö1 „help“ in zeitlicher Abstimmung gesendet. Beide Redaktionen produzieren getrennt. Das Thema wird nach einem Artikel auf help.orf.at im „Standard“ online thematisiert, mehr als 1.300 Kommentare dazu innerhalb weniger Stunden zeigen, dass es sich um einen „Aufreger“ handelt. SOLL: Durch den Dreh mit dem Betroffenen vor Ort kann „help“ mit Interviews beliefert werden, auch ein TV- und Radio-Beitrag für das Landesstudio Oberösterreich wird zentral produziert. Hier berichten dann auch die Online-Plattformen des ORF. In „Eco“ erklärt der betreffende Händler, warum er sich gegen das Posting rechtlich zur Wehr gesetzt hat und welche Rolle für ihn Bewertungen beim Geschäftserfolg spielen.

Wie diese Beispiele zeigen, bestehen unzählige Möglichkeiten, die Konsumentenschutzbelange im ORF zu kanalisieren und an eine übergeordnete Stelle im Konzern zu delegieren, die strukturell an die Redaktion „konkret“ als Kompetenzzentrum angedockt wird. Durch eine multimediale Arbeitsweise können außerdem Erkenntnisse für andere Bereiche gewonnen werden und mit einer entsprechenden Planung bzw. Abstimmung lässt sich ein Maximum an Effizienz erreichen, wobei die personelle Ressource dafür lediglich aus einem Dienstposten besteht. Da sich diese Stelle über einen längeren Zeitraum etablieren muss, wäre sie mit einem entsprechend jüngeren, leistungsfähigen Mitarbeiter zu besetzen, der noch dazu mit sämtlichen medialen Spielarten vertraut ist, für einen entsprechenden Programm-Output sorgen kann und über jahrelange, praktische Erfahrung im Bereich Verbraucherschutz verfügt.

Hintergrund:

Eine zentrale Konsumentenschutz-Koordination im ORF soll als Anlaufstelle dienen, wo Radio, Fernsehen, Online und Print („Nachlese“) Meldungen sowie Recherche-Ergebnisse beziehen können. Eine Abstimmung bei der Ausstrahlung von Exklusiv- oder Investigativ-Themen sollte genauso wie bei Service-Beiträgen das Ziel sein. Somit werden personelle Ressourcen im Haus besser eingesetzt und durch die Bündelung kann in allen redaktionellen und produktionstechnischen Bereichen eingespart werden. Außerdem wächst die Vielfalt der Berichterstattung, da eine noch gezieltere Ansprache der Zielgruppen erfolgt. Ferner sollten in diesem Zusammenhang auch auf die im Haus verfügbaren und von vielen Redaktionen nur teilweise genutzten Tools zur Planung und Organisation von Inhalten verstärkt ausgerollt werden.

Gleichzeitig kommt es auch bei den Pressestellen von AK, VKI, WKO oder Unternehmen bzw. Institutionen zu keinen parallelen Anfragen von unterschiedlichen ORF-Redaktionen. Es gibt keine Mehrfachbesuche von Pressekonferenzen durch Teams vom Küniglberg, eines Landesstudios und zum Beispiel eines eigenen Redakteurs einer Spezialredaktion aus dem Hörfunk mehr. Denn ein Kamerateam beliefert Fernsehen, Radio und Online mit Material.

Daneben wird eine aktualisierte ExpertInnen-Datenbank zu Verbraucher-Themen anzulegen sein, wodurch die Vermittlung von Interviewmöglichkeiten aufgrund eines regelmäßigen, direkten Kontaktes mit Spezialistinnen und Spezialisten einfacher wird. Der Konsumentenschutz-Koordinator steht selbst als Experte zur Verfügung, falls anderweitig niemand verfügbar ist und bietet on- und off-air eine Einordnung für die verschiedenen Medien des Hauses an.

Durch diese Bündelung im Bereich Konsumentenschutz kommt es zu einer Minimierung von Fehlern in der Berichterstattung, was auch ein geringeres Rechtsrisiko bei gleichzeitig gründlicheren Recherchemöglichkeiten darstellt.

Wichtig ist darüber hinaus eine direkte Ausspielung von Social Media-Inhalten idealerweise durch eine eigene Präsenz auf den verschiedenen Plattformen bzw. über die bestehende Infrastruktur der vorhandenen Kanäle. Verstärkt sollten außerdem zeitlose Beiträge längerfristig über den „Player“ zur Verfügung gestellt werden und Kooperationen mit externen Medien sind anzustreben, genauso wie eine vermehrte Belieferung der Schulplattform, um hier zukünftige RezipientInnen noch stärker zu erreichen.