



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Die Darstellung österreichischen Brauchtums in
ORF 2 und SERVUS TV

Eine Analyse des Blickes in ein
ursprünglicheres Österreich

verfasst von

Manuela Praschak, BA MA

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von: Ing. Mag. rer. soc. oec. Dr. phil. Klaus Lojka

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Manuela Praschak

Wien, April 2015

Danksagung

Ich widme diese Arbeit meiner Familie, die mich in jeder erdenklichen Hinsicht unterstützt, gestärkt und angespornt hat und meinen Freunden, die jederzeit aufmunternde Worte parat hatten.

Ebenso möchte ich sie einem großartigen Lehrer und Motivator widmen, der meine Zeit an der Universität Wien geprägt hat, die erste Vorlesung und das letzte Seminar meines Studiums gehalten hat und im Anfangsstadium dieser Magisterarbeit völlig unerwartet aus dem Leben gerissen wurde: Hannes Haas.

Bei meinem Betreuer, Klaus Lojka, möchte ich mich dafür bedanken, dass er sich kurz darauf bereit erklärt hat, die Betreuung der Arbeit zu übernehmen und mir während des Schreibprozesses beratend zur Seite stand.

Ein herzliches Dankeschön geht an Barbara Meikl (Degn Film), Ines Scolik-Schwandner (ORF) und Maximilian Kronberger (Servus TV) für ihre Unterstützung und dafür, dass sie jederzeit für Fragen zur Verfügung standen.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	11
2 Ausgangslage & Begriffsdefinitionen.....	13
3 Forschungsinteresse.....	21
4 Das duale Rundfunksystem.....	23
4.1 Österreichischer Rundfunk (ORF).....	27
4.1.1 Der öffentlich-rechtliche Auftrag.....	28
4.1.2 ORF Fernsehen.....	32
4.1.3 ORF Radio.....	34
4.1.4 Online-Angebot.....	35
4.1.5 ORF Teletext.....	38
4.1.6 ORF Nachlese.....	39
4.2 Red Bull Media House GmbH.....	39
4.2.1 Servus TV.....	40
4.2.2 Online-Angebot.....	42
4.2.3 Servus TV Text.....	46
4.2.4 Printmedien.....	46
5 Theorien & Forschungsstand.....	49
5.1 Systemtheorie.....	49
5.2 Funktionen der Massenmedien.....	51
5.3 Konstruktivismus.....	54
5.4 Wissenschaftliche Arbeiten.....	55
6 Forschungsfragen.....	57
7 Empirie.....	59

7.1 Methode.....	59
7.1.1 Die qualitative Inhaltsanalyse.....	61
7.1.1.1 Ankerbeispiele Weihnachtsbräuche.....	63
7.1.1.2 Ankerbeispiele Handwerk.....	65
7.1.1.3 Ankerbeispiele (Natur-)Produkt.....	67
7.1.1.4 Ankerbeispiele Traditionelle Kleidung.....	70
7.1.1.5 Ankerbeispiele Porträt.....	72
7.1.1.6 Ankerbeispiele Rezepte.....	74
7.1.1.7 Ankerbeispiele Musik.....	76
7.1.1.8 Ankerbeispiele Einheimische.....	77
7.1.1.9 Ankerbeispiele Region.....	78
7.1.1.10 Ankerbeispiele Kunst & Handarbeit.....	79
7.1.1.11 Ankerbeispiele Moderatorenrolle.....	80
7.1.2 Das Sequenzprotokoll.....	81
7.2 Untersuchungszeitraum.....	82
7.3 Untersuchungsmaterial.....	82
7.3.1 Zurück zur Natur.....	83
7.3.1.1 Zirbenland.....	84
7.3.1.2 Traunviertel.....	87
7.3.1.3 Das innere Almtal.....	90
7.3.1.4 Im Jahreskreis.....	93
7.3.2 Hoagascht Raritäten.....	98
7.3.2.1 Wiltener Sängerknaben.....	99
7.3.2.2 Musikalisches Restlessen – Strohschab und Buttnmandl. .	101

7.3.2.3 Munderfinger Adventeinkkehr.....	103
7.3.2.4 Kripperlkunst im Alpenraum.....	105
7.3.3 Experteninterviews.....	107
7.3.3.1 Zurück zur Natur – Ines Scolik-Schwandner.....	108
7.3.3.2 Hoagascht Raritäten – Maximilian Kronberger.....	110
8 Ergebnisse der Untersuchung.....	113
8.1 Die Rolle österreichischen Brauchtums.....	113
8.2 Behandelte Themen im Untersuchungszeitraum.....	115
8.3 Sendungscharakteristik: Analyseergebnisse vs. Expertensicht.....	121
8.4 Die Rolle des Moderators.....	122
8.5 Der öffentlich-rechtliche Kernauftrag.....	125
8.6 Formale Gestaltung des Untersuchungsmaterials.....	126
9 Fazit & Ausblick.....	129
Literaturverzeichnis.....	131
Onlinequellen-Verzeichnis.....	133
Abbildungsverzeichnis.....	141
Tabellenverzeichnis.....	143
Abkürzungsverzeichnis.....	145
Anhang.....	147
Abstract.....	157
Lebenslauf.....	159

In dieser Masterarbeit wurde aufgrund der besseren Lesbarkeit auf die Verwendung gendergerechter Begriffe verzichtet. Alle verwendeten Personen(gruppen)- und Funktionsbeschreibungen sind, sofern nicht explizit etwas Anderes ausgewiesen ist, geschlechtsneutral zu verstehen.

1 Einleitung

*„Besser kann kein Volk vererben
als vererbter Väterbrauch.
Wo des Landes Bräuche sterben,
stirbt des Volkes Blüte auch.“*

(Volksmund zit. nach Trachtenverein „Murtaler Pernegg“, o.J.)

Von Kindesbeinen an kreuzen Bräuche unseren Weg. Sei es direkt im Familien- und Freundeskreis, im Kindergarten, während der Ausbildung, im Arbeitsleben oder in den Medien. Oft hört man „Das ist hier so Brauch“. Mit diesem „hier“ kann Vieles gemeint sein. Es kann sich auf die direkte Beziehung zwischen zwei Menschen beziehen (Mikroebene), in der es Brauch ist, den heiligen Abend zusammen zu verbringen. Es kann aber auch die Ebene einer formellen Organisation menschlichen Zusammenlebens (z.B. Unternehmen) sein (Mesoebene), auf der es Brauch ist, im Dezember eine Weihnachtsfeier für alle Mitarbeiter zu veranstalten. Ebenso kann mit diesem „hier“ eine weit größere Dimension gemeint sein. So zum Beispiel ein gesellschaftliches Subsystem (Makroebene), wie die Religionsgemeinschaft der Christen eines bildet, in dem es Brauch ist, sich ab dem ersten Adventsonntag auf Weihnachten vorzubereiten.

Während meiner Kindheit saß ich oft mit meinen Großeltern vor dem Fernseher, es lief ORF 2 und wir begleiteten unter anderem Sepp Forcher in „Klingendes Österreich“ auf einer seiner Reisen durch die österreichische Bergwelt. Wir schauten dabei zu, wie in alten Bauernhäusern köstliche, überlieferte Rezepte zubereitet wurden und zuckten zusammen, wenn Krampusse während eines Umzuges grimmig in die Kamera brummt. Vor allem im Winter und zur Weihnachtszeit entfalteten diese Sendungen ihren ganz besonderen Zauber und vermittelten ein Gefühl von Gemütlichkeit und Wärme. Auch viele Jahre später, trotz eines immer größeren Medienangebotes, einer

schnellebigeren Zeit und anderen Prioritäten ist dieses Gefühl immer noch das gleiche geblieben. Man gönnt sich einen Moment der Ruhe, in dem man beisammen sitzt, zusieht und sich noch einmal fühlt, wie als Kind.

Nun ist es aber nicht mehr der ORF alleine, der mit einem Teil seines Programms einen Blick in ein ursprünglicheres Österreich ermöglicht. Die österreichische TV-Landschaft hat sich in den vergangenen 23 Jahren stark verändert und mittlerweile hat es sich auch der Privatsender Servus TV zur Aufgabe gemacht, unter anderem die Volkskultur in einigen Sendungen aufleben zu lassen und in die verschiedenen Ecken von Österreich zu blicken. Ist dieser Blick vergleichbar mit jenem des ORF? Ähneln sich das Sendungsangebot trotz fehlenden Programmauftrags des Privatsenders?

Mit der Produktion der medialen Darstellung von Brauchtum auf Makroebene in der Vorweihnachtszeit und der Beleuchtung von Unterschieden und Parallelen zwischen ORF 2 und Servus TV in diesem Zusammenhang befasst sich diese Magisterarbeit.

2 Ausgangslage & Begriffsdefinitionen

In den vergangenen Jahren wird der Anschein erweckt, dass es in Österreich zu einer Wiederzuwendung zu Bräuchen und Traditionen und zu einer Regionalisierung der Lebensweise kommt. Sei es in der Lebensmittelindustrie („Bio Boom“, Rückkehr zu regionalen und saisonalen Produkten, sowie zu alten Obst-, Gemüse- und Getreidesorten inklusive entsprechender Gestaltung der Werbemittel), im Tourismus (Österreichurlaub statt Fernreisen, Bräuche wie Almabtrieb und Perchtenlauf als Touristenmagnet), in der Modebranche (Trachten werden wieder salonfähig und werden auch von jungen Menschen getragen) oder in der Musik- und Fernsehindustrie (Andreas Gabalier als „Volks Rock'n'Roller“, der Menschen aller Altersgruppen anspricht; Entwicklung neuer Fernsehformate, die Bräuche und Traditionen in den Fokus rücken).

Laut Angaben des Bundes Österreichischer Trachten- und Heimatverbände wurden im Jahr 2012 in insgesamt 1.299 Vereinen und 341 Jugendgruppen 97.899 ordentliche und 18.274 weitere Mitglieder verzeichnet. Die meisten Vereine sind in Niederösterreich beheimatet (463), dahinter folgen Salzburg (353), Oberösterreich (116) und Tirol (99). In Bezug auf die Zahl der ordentlichen Mitglieder führt Niederösterreich (40.402) vor Salzburg (15.576), der Steiermark (12.845) und Tirol (9.750). Während in Niederösterreich nur etwa ein Zehntel der ordentlichen Mitglieder unter 30 Jahre alt ist (4.412), ist es in Salzburg etwa ein Drittel (5.018) und in Tirol sogar etwas mehr als ein Drittel (3.550). (vgl. Statistik Austria, 2013)

Im Tourismusbereich ist Österreich für seine Bräuche, seine gelebten Traditionen, seine Naturverbundenheit und seine Gemütlichkeit bekannt und beliebt. Vor allem im Winter zieht es viele Touristen in die Berge, wo abseits der Pisten unzählige Bräuche miterlebt werden können. Im Jahr 2013 haben die Österreicherinnen und Österreicher 3.367.000 Urlaubsreisen mit mindestens

vier Nüchtigungen im eigenen Land verbracht, während es zehn Jahre zuvor noch 2.960.000 waren. (vgl. Statistik Austria, 2014) Perchten- und Krampusläufe, Nikolausumzüge und Adventmärkte begeistern Jung und Alt. Damit einher geht allerdings eine zunehmende Kommerzialisierung althergebrachter Bräuche. In Punkto Konsum ist bereits seit einigen Jahren nicht mehr der erste Adventsonntag der Startschuss für die Vorweihnachtszeit. In den Supermärkten drängen sich Lebkuchen und Dominosteine schon ab Ende September in die Regale. Adventkalender warten ab Oktober neben Nikoläusen und Krampussen aus Schokolade auf ihre Käufer. Weihnachtsmärkte öffnen bereits Mitte November ihre Pforten und locken mit festlich geschmückten Ständen, Glühwein und süßen Köstlichkeiten. Während das Angebot an den Buden heute vielerorts eher einem Jahrmarkt gleicht, liegt der Ursprung der Weihnachtsmärkte darin, der Bevölkerung die Möglichkeit zu geben, sich mit winterlichem Bedarf für die kalte Jahreszeit einzudecken. (vgl. o.V., 2007, S. 99)

Dem entgegen steht, dass gerade der Advent in manchen Menschen das Bedürfnis nach Entschleunigung weckt. Man erinnert sich daran, wie es früher war, möchte bewusst wahrnehmen und genießen. Sobald die Vorweihnachtszeit mit dem ersten Adventwochenende offiziell beginnt, nimmt sich auch das Fernsehen des Themas an und passt sein Programm in einigen Punkten der Zeit der Besinnlichkeit, Ruhe und Gemütlichkeit an. Sowohl der ORF als auch Servus TV scheinen sich dieser Bedürfnisse bewusst zu sein und beide scheinen deshalb zu versuchen, sie in ihrem Programm zu befriedigen und ein Gefühl von Heimat über die Bildschirme zu vermitteln. Eine Reihe neuer Fernsehformate bietet Einblick in ein ursprünglicheres Österreich, in überlieferte Bräuche, alte Werte und in Vergessenheit geratene Berufe. Mag. Richard Grasl, Kaufmännischer Direktor des ORF, bringt es folgendermaßen auf den Punkt: „Es gibt einen Trend zurück zum Leben am Land und mit der Natur – diesem Trend tragen wir mit unterschiedlichen Formaten wie 'Zurück zur Natur' (...) Rechnung. Und das kann nur der ORF.“ (APA OTS, Aussendung vom 23.10.2013) Ob das wirklich so ist, ob es wirklich nur dem ORF

gelingt, mit entsprechenden Formaten auf die Entwicklung zurück zum Ursprünglichen einzugehen, dem soll in dieser Magisterarbeit unter anderem nachgegangen werden. Wie bereits in Kapitel 1 angesprochen, soll herausgefunden werden, wie sich ausgewählte Brauchtums-Sendungen auf ORF 2 und Servus TV in der Vorweihnachtszeit unterscheiden, welche Themen sie in den Fokus stellen und mit welchen Mitteln sie versuchen, beim Publikum den Blick für ein ursprünglicheres Österreich zu öffnen.

Vor der Einführung von Servus TV im Jahr 2009 war die Ausstrahlung von Sendungen zum österreichischen Brauchtum weitestgehend dem ORF vorbehalten. Durch die Ausstrahlung via DVB-T und die Entscheidung für ein eigenes Kulturprogramm als eine der Programmsäulen von Servus TV ist der Sender nun eine ernst zu nehmende Konkurrenz für den ORF.

Begriffsdefinitionen und Hintergründe

Im Folgenden seien einige Begriffe, die in dieser Magisterarbeit in Bezug auf das österreichische Brauchtum verwendet wurden, näher erklärt.

- **Brauchtum**

Die Begriffe Brauch und Tradition werden in dieser Magisterarbeit synonym verwendet. Für Brauchtum gibt es in der Literatur zahlreiche Definitionen. Laut Duden ist ein Brauch eine „innerhalb einer Gemeinschaft fest gewordene und in bestimmten Formen ausgebildete Gewohnheit“, Brauchtum die „Gesamtheit der im Laufe der Zeit entstandenen und überlieferten Bräuche“. (Duden, Brauch, der, o.J. / Duden, Brauchtum, das, o.J.) Ferrari beschreibt Brauchtum als „Ausdruck einer ganzheitlichen Lebensform mit entsprechender Lebensphilosophie, die ursprünglich alle Daseinsbereiche betraf“ und als „Ausdruck der Achtung vor der Natur und dem Leben selbst“. (Ferrari, 2014, S. 15) Im österreichischen Brauchtum spielt der Bezug zu einem bäuerlich geprägten Kalender eine große Rolle. So versteht sich das

Brauchtum als Erzählform, die es ermöglicht, jahrhundertealtes Wissen weiterzugeben. Dies erfolgt zum Beispiel durch Geschichtenerzähler, Musiker, Maskenschnitzer, Kräuterkundige oder Ältere, die Jüngeren von früher erzählen. (vgl. Ferrari, 2014, S. 26) Das Brauchtum bedient sich hierbei einer bildhaften Sprache, die sehr kraftvolle und archaische Motive zeichnet. Zum einen handelt es sich bei den in dieser Magisterarbeit erwähnten und der im Jahreskreis begangenen Bräuchen um Bestandteile des christlichen Brauchtums. Darunter haben sich einige aus heidnischen Bräuchen entwickelt, die im Laufe der Zeit verchristlicht wurden. (vgl. Ferrari, 2014, S. 15 ff) Zum anderen handelt es sich um Brauchtum im Sinne des Lebens mit der Natur und ihren Produkten und der Bewahrung alter Handwerkskunst.

- **Maskenbräuche**

Zum Großteil aus heidnischem Brauchtum haben sich die zahlreichen Maskenbräuche entwickelt, die in der Vorweihnachtszeit in Österreich begangen werden. Unter ihnen versteht man jene Bräuche, für welche sich die ausführenden Personen in eigens angefertigte Gewänder hüllen und maskieren, die Perchten. Vom althochdeutschen Wort „perah“ stammend bedeutet Percht „strahlend, hell, glänzend“. (Ferrari, 2014, S. 85) Bei den Kostümen kann es sich sowohl um tierische, als auch um dämonische handeln. Verkörpert werden können dadurch Fruchtbarkeit, Lebenskraft, Segen und Wohlwollen in den Schönperchten und Wildheit, Tod und auch Zerstörung in den Schiachperchten. (vgl. Ferrari, 2014, S. 85) Als Beispiel kann der Krampus genannt werden, der als Gegenstück und gleichzeitig Begleiter des heiligen Nikolaus, der am 6. Dezember als Gabenbringer vielerorts durch die Dörfer zieht, auftritt. Ursprünglich von einer Verkörperung wilder Kräfte und von Fruchtbarkeit abstammend, wurde er im Zuge der Christianisierung dämonisiert und soll nun daran erinnern, dass der Mensch die

Natur nicht beherrschen kann und in gewissen Situationen Angst, Schrecken und der eigenen Schuld gegenüber treten muss. (vgl. Ferrari, 2014, S. 40 u. S. 73) Die maskierten Wesen symbolisieren den Kampf zwischen Licht und Dunkelheit, der in der Weihnachtszeit in vielen Bräuchen thematisiert wird. Die teils furchterregenden Gestalten sollen mit ihren Tänzen und dem Lärm, den sie verursachen, dazu beitragen, das Böse und Teuflische aus den Häusern und aus den Menschen zu vertreiben. (vgl. Birkhäuser, 2009, S. 8) In Salzburg haben Krampusläufe bereits Eventcharakter erreicht. So findet beispielsweise in St. Gilgen am Wolfgangsee jährlich ein pompös inszenierter Umzug statt, bei dem hunderte Krampusse und Höllengestalten in Fellkostümen und gruseligen Masken das Publikum begeistern. Solcherlei Großaufgebote stammen aus einer Vermischung verschiedener Erscheinungsformen der Perchtenarten, die um 1900 stattfand. Hier wurden die Sagengestalt Frau Percht, Schön- und Schiachperchten und das Gefolge des Nikolaus miteinander vermengt (vgl. o.V., 2007, S. 116 f) und es geht hauptsächlich um die veranstaltete Show und darum, dass sich die Masken in ihrer Gruseligkeit gegenseitig übertreffen, wodurch sie mit den wirklichen Perchten, die Stille und inneren Frieden nach der Austreibung des Schlechten bringen sollen, nichts mehr zu tun haben. Bei echten Perchtenläufen weichen die Horrorfilm-ähnlichen Verkleidungen aufwendig geschnitzten, zum Teil Jahrhunderte alten Masken und Ganzkörperkostümen, die von ursprünglichen Darstellungen wilder Naturkräfte abstammen, aber auch einen sanften Ausdruck haben können – die Schiach- und Schönperchten. (vgl. Ferrari, 2014, S. 70) Einige Perchtenläufe finden an öffentlichen Plätzen statt und sind Anziehungspunkt für Touristen im Advent. Andere, ursprünglichere, führen von Haus zu Haus und wollen durch ihre, im Vorhinein nicht bekannt gegebene Route, Schaulustige fern halten. (vgl. Ferrari, 2014, S. 89) Ihnen gemein ist allerdings, dass sie

für ein lebendig Halten des Brauchtums und ein Gefühl der Gemeinschaft sorgen.

- **Vorweihnachtszeit/Advent**

Die Begriffe Vorweihnachtszeit und Advent werden in dieser Magisterarbeit synonym verwendet. Die Weihnachtszeit beginnt am ersten Adventsonntag und endet am 6. Jänner, als Vorweihnachtszeit gilt die Spanne zwischen erstem Adventsonntag und 24. Dezember. Advent bedeutet Ankunft. Gemeint ist damit im christlichen Glauben die Geburt von Jesus Christus. Die Zeit zwischen dem ersten Adventsonntag und dem heiligen Abend soll der Vorbereitung auf seine Geburt und gleichzeitig der Rückbesinnung dienen. Sie bietet eine Gelegenheit, Ruhe im hektischen Alltag einkehren zu lassen und sich bereit zu machen, etwas Neues zu beginnen. Den Startpunkt des Advents setzt symbolisch das Entzünden der ersten Kerze am Adventkranz.

- **Adventkranz**

Der Brauch des Adventkranzes wurde in Deutschland Mitte des 19. Jahrhunderts von dem evangelischen Theologen Johann Hinrich Wichern eingeführt. Den Anfang machte ein Holzkranz mit 23 Kerzen, später wurde ein Reisigkranz mit 24 Kerzen geschmückt. Erst im Laufe der Zeit wurde die Anzahl auf nur noch je eine Kerze pro Adventsonntag reduziert. Etwa 100 Jahre später wurde der Brauch von der katholischen Kirche übernommen und sollte die Wartezeit auf Weihnachten verkürzen. In Österreich hielt der Adventkranz erst ab den 1940er Jahren in den Häusern Einzug. (vgl. Ferrari, 2014, S. 65 / o.V., 2007, S. 62) Die Form und Beschaffenheit des Kranzes kann in vielerlei Hinsicht gedeutet werden. So kann die Kreisform den Erdkreis und die Anzahl der Kerzen die Himmelsrichtungen symbolisieren, wohl aber auch das ewige Leben und das Licht der Welt, als das Jesus Christus im christlichen Glauben bezeichnet wird. In vielen Haushalten ist der Adventkranz ein fixer Bestandteil dieses Segments des Kir-

chenjahres.

- **Krippenkunst**

Ebenso wie der Adventkranz, ist auch eine Krippe für viele Österreicher ein fixer Bestandteil der Vorweihnachtszeit. Krippen galten, noch bevor Christbäume in christliche Haushalte Einzug hielten, als Zeichen für Weihnachten. Sie stellen die Geburtsszenerie von Jesus Christus in Bethlehem dar. (vgl. Ferrari, 2014, S. 80) Die Darstellungsform kann sich je nach Land und Region unterscheiden. So existieren neben orientalischen Krippen, die mit eingestürzten Tempeln und Säulen das Zusammenbrechen des Alten und den Aufbruch ins Neue symbolisieren, auch Höhlenkrippen oder bäuerliche Krippen. Letztere sind in Österreich vorherrschend und sind als Heimatkrippe traditionellen Bauernhäusern nachempfunden. Ist von Hauskrippen die Rede, so versteht man darunter große, teilweise ganze Räume füllende, Krippendarstellungen, die sich in Privathäusern befinden und der Öffentlichkeit in der Vorweihnachtszeit vielerorts zugänglich gemacht werden. In prachtvoller Handwerkskunst werden ganze Landstriche nachgebaut. Vom gemalten Hintergrund über den sogenannten Krippenberg und die Krippe selbst bis hin zu den geschnitzten Figuren wird ein Einblick in die österreichische Krippenkunst gewährt. Vor allem der Ort Ebensee im Salzkammergut, der als traditionsreichster Krippenort Österreichs gilt, ist bekannt für seine zahlreichen Hauskrippen, die für die Eigner und das Publikum einen besonderen Stellenwert in jenem Teil des Kirchenjahres einnehmen.

- **Kirchenjahr**

Als Kirchenjahr wird die Gesamtheit der kirchlichen Feste innerhalb eines Jahres bezeichnet. Das Segment der Weihnachtszeit wird im kirchlichen Jahreskreis vom ersten Adventsonntag begonnen und mit dem Dreikönigstag abgeschlossen. Sie bildet nach Ostern die zweitgrößte Festzeit. Während andere Feiertage eher für sich alleine ste-

hen, sind Weihnachten und Ostern die einzigen Feste, die große, zusammenhängende Teile des Kirchenjahres einnehmen.

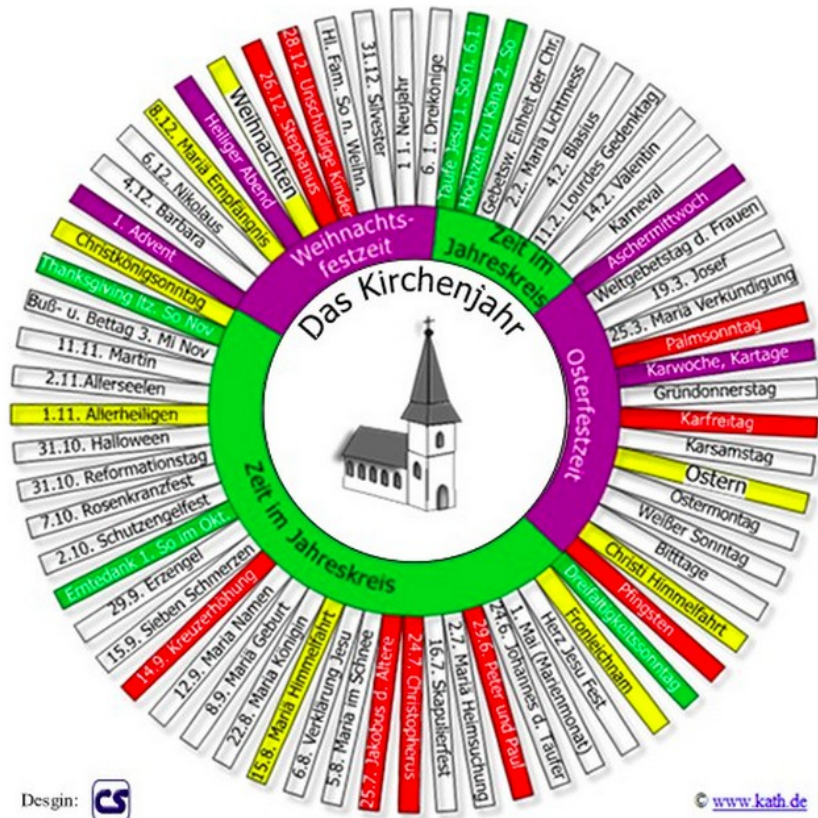


Abbildung 1: Die Weihnachtszeit im Kirchenjahr. (Quelle: kath.de, o.J.)

3 Forschungsinteresse

Grund dafür, dass gerade ORF 2 und Servus TV gegenüber gestellt werden, ist, dass Servus TV als sehr heimatverbundener Fernsehsender auftritt, der großen Wert auf Tradition und österreichische Identität legt, aber auch der ORF diese Identität stiften und stärken soll (siehe auch Kapitel 4.3). Das Forschungsinteresse liegt nun darin, herauszufinden, wie sich das Sendungsangebot des öffentlich-rechtlichen ORF, welcher einen Programmauftrag zu erfüllen hat, und des Privatsenders Servus TV zum Thema Brauchtum und Tradition in Hinblick auf seine Gestaltung und seine Inhalte unterscheidet.

Ziel der Forschung ist es, Unterschiede in vermittelten Themen, Moderation und Sendungsablauf zu benennen und festzustellen, ob Servus TV den öffentlich-rechtlichen Kernauftrag des ORF in Bezug auf Volkskultur ebenso erfüllen würde, wie der öffentlich-rechtliche Sender. Dies soll mit Hilfe einer synchronen Produktanalyse in Form einer Kombination aus qualitativer Inhaltsanalyse und Fernsehanalyse und einem ergänzenden Experteninterview bewerkstelligt werden. Betrachtet wird rein die Produktionsseite, nicht die Rezipientensicht. Die vorliegende Magisterarbeit erhebt nicht den Anspruch, eine vollständige Analyse des Kulturprogramms von ORF 2 und Servus TV mit Schwerpunkt Brauchtum zu liefern. Sie nimmt exemplarisch zwei Sendungen, die sich in ihrem Aufbau ähneln, in den Fokus und analysiert in einer Momentaufnahme ihre Gestaltung und ihren Inhalt.

Auf dem Weg zum Erreichen des Forschungsziels bildet der theoretische Rahmen einen wichtigen Faktor. In diesem Fall sind es die Systemtheorie, die Funktionen der Massenmedien und der Konstruktivismus, welche die Vorgehensweise und die Ergebnisse untermauern sollen.

4 Das duale Rundfunksystem

In einem dualen Rundfunksystem existieren öffentlich-rechtliche und private Rundfunkanbieter nebeneinander. In Österreich herrscht dieses System in Bezug auf den Hörfunk regional begrenzt seit 1993, bundesweit erst seit dem 1. April 2001. (vgl. Bonfadelli et al 2010: S. 104) Somit war Österreich das letzte europäische Land, das privatwirtschaftlichen Rundfunk zugelassen hat. Bis dahin war der Österreichische Rundfunk (ORF) der einzige österreichische Fernseh- und Hörfunkanbieter. In Deutschland erfolgte dieser Schritt wesentlich früher. Mit dem Markteintritt von SAT.1 hielt das duale Rundfunksystem bereits im Jänner 1984 Einzug. (vgl. Meier, 2013, S. 130)

Privates Fernsehen über den terrestrischen Empfangsweg wurde in Österreich erst mit Inkrafttreten des Privatfernsehgesetzes (PrTV-G) am 1. August 2001 zugelassen und der ORF somit seiner Stellung als Monopolist auch in diesem Rundfunksegment enthoben. Am 1. Oktober 2010 wurde das PrTV-G durch das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G) ersetzt. Es umfasst alle Bereiche seines Vorgängers (terrestrisches Fernsehen sowie Fernsehdienste via Kabel und Satellit) und regelt zusätzlich Abrufdienste und lineare Mediendienste über elektronische Kommunikationsnetze, wodurch auch Web-Fernsehangebote und Streaming über Mobilfunkanbieter einbezogen sind. (vgl. WKO, o.J.) Auf den ORF und seine Tochtergesellschaften findet es keine Anwendung, hier werden alle Bereiche ausschließlich durch das ORF-Gesetz geregelt. Auf das ORF-G wird in Kapitel 4.1, auf das AMD-G in Kapitel 4.2.1 näher eingegangen.

Während öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter den gesellschaftlichen Nutzen und das Erreichen des Programmauftrags zum Zweck haben, streben private nach Gewinnmaximierung. Kiefer (2003) stellt den Idealtypus einer öffentlichen und einer privatwirtschaftlichen Medienorganisation noch in weiteren Punkten gegenüber. Demnach dienen die Gemeinwohlorientierung und

die öffentliche Aufgabe im öffentlichen Bereich als Steuerungsmechanismen zur Zielerreichung, während es am privaten Sektor der Wettbewerbsmechanismus und die „invisible hand“ des Marktes sind. In Hinblick auf den Versorgungsgrad unterschieden sich die beiden Rundfunkformen dahingehend, dass eine Vollversorgung geboten wird und auch Teil der Aufgaben ist (öffentlich) oder die Versorgung durch Rentabilitätskalküle begrenzt wird (privat). Während sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk an alle Bürger eines Staates richtet, adressiert ein privatwirtschaftliches Rundfunkunternehmen seine Kunden. Dies sind zum einen die Zuseher, zum anderen ist es die Werbeindustrie. Dies führt zum nächsten Unterscheidungspunkt, der Finanzierung. Im öffentlichen Bereich erfolgt sie zum größten Teil über ein Gebührensystem, im Rahmen dessen Rundfunkteilnehmer monatlich ihren Beitrag leisten. Ein weiterer Teil wird aus Werbeeinnahmen finanziert, welche im Falle des ORF im Jahr 2010 22,6 Prozent ausmachten (dem gegenüber stand ein Anteil von 60,8 Prozent aus Gebühren und von 16,6 Prozent aus sonstigen Erlösen). (vgl. derStandard.at, 2011) In Österreich werden die Gebühren von der Gebühren Info Service GmbH (GIS) eingehoben. Der privatwirtschaftliche Rundfunk finanziert sich über Werbung und bzw. oder ein Preissystem (z.B. PayTV-Anbieter wie die Sky Österreich Fernsehen GmbH oder Zusatzpakete der Sender). Der öffentlich-rechtliche Rundfunk richtet seine Programmgestaltung nach seinem Sachziel, dem Programmauftrag. Der darin definierte Bedarf wird gedeckt. Dem entgegen zeigt sich der privatwirtschaftliche Rundfunk nachfrageorientiert, deckt den Bedarf nach dem Wettbewerbsprinzip und richtet sich nach seiner Zielgruppe und der Werbung. Diese Unterscheidungskriterien gelten nicht nur für Rundfunkunternehmen, sondern für die meisten öffentlich bzw. privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. (vgl. Kiefer 2003 zit. nach Langenbacher 2003, S. 155)

In Österreich obliegt es der Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (kurz: RTR-GmbH), den „Wettbewerb auf den Kommunikationsmärkten nachhaltig zu sichern“. (RTR, Über uns, o.J.) Als Geschäftsstelle unterstützt die RTR-

GmbH die Kommunikationsbehörde Austria (österreichische Regulierungsbehörde für elektronische Audiomedien und elektronische audiovisuelle Medien, kurz: KommAustria), die Telekom-Control-Kommission (für die Regulierung des Telekom-Marktes zuständige Stelle, welche mitunter mit Wettbewerbsregulierung und Frequenzvergabeverfahren betraut ist, kurz: TKK) und die Post-Control-Kommission (setzt unter anderem Aufsichtsmaßnahmen und ist für die Untersagung der Schließung von Postgeschäftsstellen zuständig, kurz: PCK). (vgl. RTR, Komm-Austria, o.J. / RTR, TKK, o.J./ RTR, PCK, o.J.)

Die Vertretung der privaten Rundfunkanbieter übernimmt der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP). Er vertritt derzeit sechs nationale Privat-TV Sender: (vgl. VÖP, Mitglieder TV-Sender national, o.J.)

- sixx Austria (Austria 9 TV GmbH)
- ProSieben Austria (ProSieben Austria GmbH)
- Puls 4 (Puls 4 TV GmbH & Co KG)
- Sat.1 Österreich (Sat.1 Österreich Privatrundfunk und Programm GmbH)
- Servus TV (Red Bull Media House GmbH)
- sky (Sky Österreich Fernsehen GmbH)

ATV, der erste bundesweit terrestrisch ausgestrahlte Privatsender, hat seine Mitgliedschaft im VÖP 2014 unter dem Vorwurf, der Verband würde verstärkt die Interessen der Sendergruppe ProSieben Austria, Sat.1 Österreich und Puls 4 wahrnehmen und somit „keine Arbeit mehr im Sinne des Vereinszweck“ verrichten, beendet. (vgl. derStandard.at, 2014)

Neben den nationalen Playern vertritt der VÖP auch elf regionale private TV-Sender: (vgl. VÖP, Mitglieder TV-Sender regional, o.J.)

- Atv Überall Fernsehen (Kabel TV Aichfeld GmbH)
- HT 1 Hausruck TV (HT1 MGH Medienproduktion GmbH)

- kanal 3 (Kanal3 AiNet Telekommunikations-Netzwerk Betriebs GmbH)
- KT1 (KT1 Privatfernsehen GmbH)
- LT1 (LT1 Privatfernsehen GmbH)
- P3tv (P3-Kabel-news GmbH)
- RTS Regional TV Salzburg (RTS Regionalfernsehen GmbH)
- schau tv (schau TV GmbH)
- Tirol TV (Tirol TV GmbH)
- W24 (W24 Programm GmbH)
- WT1 (WT1 – LT1 Privatfernsehen GmbH)

Fernsehprogramme können in Österreich terrestrisch (= digital über Antenne; DVB-T), via Kabelanschluss (DVB-C) oder über Satellit (DVB-S) empfangen werden. Als Basis-Versorgung gilt der Empfang via DVB-T. Rund 96 Prozent der Haushalte werden digital über Antenne versorgt. Nicht nur Österreichs öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt, der Österreichische Rundfunk (ORF), sendet das Programm neben DVB-C und DVB-S auch über DVB-T und macht ORF eins, ORF 2, ORF III, ORF Sport +, ORF 2 Europe und 3sat* somit für jedermann empfangbar. Auch die Privatsender Servus TV, Puls 4 und ATV und je nach regionaler Verfügbarkeit ATV II, go tv, schau tv, okto, tirol tv, Ländle TV, LT1 und dorftv sind terrestrisch verfügbar. (vgl. DVB-T, o.J.)

Im Folgenden seien nun der ORF als öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter und die Red Bull Media House GmbH als für diese Magisterarbeit bedeutender privater Player in Hinblick auf ihre Struktur und ihr Medienangebot näher erklärt.

* Das öffentlich-rechtliche Fernsehprogramm 3sat wird als einziges Gemeinschaftsprogramm des deutschen Sprachraums vom ZDF, dem ORF, der SRG und den Landesrundfunkanstalten der ARD betrieben. Der Programmschwerpunkt liegt auf Kultur, der Programmanteil des ORF liegt bei 25 Prozent. (vgl. 3sat, Unternehmen, o.J.)

4.1 Österreichischer Rundfunk (ORF)

Der Österreichische Rundfunk, kurz ORF, wurde im Jahr 1957 gegründet und ist als Stiftung öffentlichen Rechts konstituiert. Seine Aufgaben sind im ORF-Gesetz (ORF-G) geregelt. Der Hauptsitz befindet sich in Wien, in den neun Bundesländern ist der ORF durch seine Landesstudios vertreten.

Die Geschäftsführung des ORF obliegt dem Generaldirektor, der für jeweils fünf Jahre gewählt wird. Aktuell hat diese Position seit 2007 der Wiener Dr. Alexander Wrabetz inne. Neben dem Generaldirektor fungieren der Stiftungsrat und der Publikumsrat als Organe des Österreichischen Rundfunks.

Der Stiftungsrat besteht aus 35 Mitgliedern, die ihre Funktion für eine Dauer von vier Jahren ausüben. Sechs Mitglieder werden von der Bundesregierung nach Vorschlägen der Parteien bestimmt, wobei die Bundesregierung dabei die Stärkeverhältnisse der politischen Parteien im Nationalrat berücksichtigen muss. Je ein Mitglied wird von den neun Bundesländern bestellt. Weitere neun Mitglieder bestellt die Bundesregierung selbständig, sechs der Publikumsrat und die noch fehlenden fünf Mitglieder entstammen dem Zentralbetriebsrat des ORF. Aufgabe des Stiftungsrats ist es, den Generaldirektor zu bestellen, auf seinen Vorschlag hin Direktoren und Landesdirektoren zu berufen und unter anderem Budgets zu genehmigen. Er ist mit dem Aufsichtsrat und der Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft vergleichbar. Innerhalb dieses Organs bilden sich zwei Ausschüsse: jener für Finanzen und Technik und der Programmausschuss. (vgl. ORF Kundendienst, Stiftungsrat, o.J.) Vorsitzender des Stiftungsrats ist aktuell Vst.-Dir. Prof. Mag. Dietmar Hoescher, stellvertretender Vorsitzender ist Dr. Franz Medwenitsch.

Der Publikumsrat setzt sich aus 31 Mitgliedern zusammen. Er dient laut § 28 Abs. 1 ORF-G der „Wahrung der Interessen der Hörer und Seher“. Je ein Mitglied bestellen die Wirtschaftskammer Österreich, die Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs, die Bundesarbeiterkammer und der Österreichische Gewerkschaftsbund, die Kammern der freien Berufe als Kollektiv, die römisch-katholische Kirche, die evangelische Kirche, die

Rechtsträger der staatsbürgerlichen Bildungsarbeit im Bereich der politischen Parteien und die Akademie der Wissenschaften. Weiters können Organisationen, welche Hochschulen, Bildung, Kunst, Sport, Jugend, Schüler, ältere Menschen, behinderte Menschen, Eltern bzw. Familien, Volksgruppen, Touristik, Kraftfahrer, Konsumenten und Umweltschutz repräsentieren, dem Bundeskanzler Mitglieder vorschlagen. Aus den eingelangten Vorschlägen hat der Bundeskanzler siebzehn Mitglieder zu bestellen. (vgl. ORF-G, 2014)

4.1.1 Der öffentlich-rechtliche Auftrag

Wie bereits weiter oben angeführt, obliegt es dem ORF, den öffentlich-rechtlichen Auftrag zu erfüllen. Dazu zählen der Versorgungsauftrag, der öffentlich-rechtliche Kernauftrag und weitere sogenannte besondere Aufträge.

Der Versorgungsauftrag besagt, dass der ORF die Grundversorgung aller Bewohner des Bundesgebiets mit einem bundeslandweit und zwei österreichweit empfangbaren Hörfunkprogrammen und zwei österreichweit empfangbaren Fernsehprogrammen aufrecht zu erhalten hat. Es ist vorgesehen, dass die Programme des Fernsehens so gestaltet werden, dass die Interessen der Länder berücksichtigt und regelmäßig regionale Sendungen ausgestrahlt werden. Ebenfalls zum Versorgungsauftrag zählt die zur Verfügung Stellung des Teletext (siehe Kapitel 4.1.5) und von Online-Angeboten (siehe Kapitel 4.1.4), sowie das Betreiben eines Sport-, eines Informations- und eines Kulturspartenprogramms und eines Fernsehprogramms für jenes Publikum, welches ebendieses via Satellit europaweit empfangen kann.

Der öffentlich-rechtliche Kernauftrag besagt, dass der ORF mittels all seiner Angebote für folgende Punkte zu sorgen hat (§ 4 Abs. 1 ORF-G, 2014):

- Umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen;
- Förderung des Verständnisses für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens;
- Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäi-

schen Geschichte und Integration;

- Förderung des Verständnisses für die europäische Integration;
- Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft;
- Angemessene Berücksichtigung und Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion;
- Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots;
- Darbietung von Unterhaltung;
- Angemessene Berücksichtigung aller Altersgruppen;
- Angemessene Berücksichtigung der Anliegen behinderter Menschen;
- Angemessene Berücksichtigung der Anliegen der Familien und der Kinder sowie der Gleichberechtigung von Frauen und Männern;
- Angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgesellschaften;
- Verbreitung und Förderung von Volks- und Jugendbildung unter besonderer Beachtung der Schul- und Erwachsenenbildung;
- Information über Themen der Gesundheit und des Natur-, Umwelt- sowie Konsumentenschutzes unter Berücksichtigung der Förderung des Verständnisses über die Prinzipien der Nachhaltigkeit;
- Förderung des Interesses der Bevölkerung an aktiver sportlicher Betätigung;
- Information über die Bedeutung, Funktion und Aufgaben des Bundesstaates sowie die Förderung der regionalen Identitäten der Bundesländer;
- Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge;
- Förderung des Verständnisses für Fragen der europäischen Sicherheitspolitik und der umfassenden Landesverteidigung;

- Angemessene Berücksichtigung und Förderung sozialer und humanitärer Aktivitäten, einschließlich der Bewusstseinsbildung zur Integration behinderter Menschen in der Gesellschaft und am Arbeitsmarkt;

Darüber, was als „angemessen“ betrachtet werden kann, gibt das ORF-G allerdings keine Auskunft. Das Vorhandensein von Spartensendern entbindet den ORF nicht von seinem Auftrag, die entsprechenden Inhalte auch über seine Hauptprogramme zu verbreiten. Es gilt also, Information, Kultur, Sport und Unterhaltung in einem ausgewogenen Verhältnis zum Programminhalt zu machen. (vgl. § 4 Abs. 2 ORF-G, 2014)

Anhand der Formulierung von § 4 Abs. 3 ORF-G erkennt man, dass sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk zwar gerne als konkurrenzlos darstellt, sich aber sehr wohl im Wettbewerb zu privaten Fernsehanbietern befindet. Dies wird durch folgende Formulierung deutlich: „Im Wettbewerb mit den kommerziellen Sendern ist in Inhalt und Auftritt auf die Unverwechselbarkeit des öffentlich-rechtlichen Österreichischen Rundfunks zu achten.“ (§ 4 Abs. 3 ORF-G, 2014)

Der besondere Auftrag für ein Sport-Spartenprogramm besagt, welche Kriterien eine Sportart bzw. Sportveranstaltung erfüllen muss, um in einem gesonderten Spartenprogramm ausgestrahlt zu werden. Es handelt sich dabei um jene, denen in der österreichischen Medienberichterstattung üblicherweise keine große Bedeutung beigemessen wird. Das Spartenprogramm soll Interesse am Sport fördern, über Sport informieren und regionale Veranstaltungen berücksichtigen. Weiters ist genau festgelegt, welche Ereignisse in seinem Rahmen nicht berücksichtigt werden dürfen (§ 4b Abs. 4 ORF-G, 2014):

- Bewerbe der obersten österreichischen bundesweiten Herren-Profi-Fußballliga, soweit es sich nicht um Bewerbe der Nachwuchsklassen handelt; Bewerbe europäischer grenzüberschreitender Herren-Profi-Fußballligen und Herren-Profi-Fußball-Cup-Bewerbe sowie Bewerbe von Herren-Profi-Fußballwelt- und Europameisterschaften, soweit es sich nicht um Bewerbe der Nachwuchsklassen oder um Qualifikati-

onsspiele von geringem öffentlichen Interesse handelt;

- Bewerbe des alpinen oder nordischen Schiweltcups und Bewerbe von alpinen oder nordischen Schiweltmeisterschaften;
- Bewerbe von olympischen Sommer- und Winterspielen, sofern nicht ausnahmsweise diesen Bewerben in der österreichischen Medienberichterstattung kein breiter Raum zukommt;
- Bewerbe der Formel 1;

Der besondere Auftrag für ein Informations- und Kultur-Spartenprogramm besagt, dass Informations-, Diskussions-, Dokumentarsendungen, Magazine und die Übertragung kultureller Ereignisse dazu dienen sollen, die entsprechenden Elemente des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags zu erfüllen. Es soll ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Themen mit Bezug auf Österreich, auf Europa und internationalen Themen herrschen.

Der besondere Auftrag über die Ausstrahlung eines Fernsehprogramms für das europäische Publikum zielt auf die Inhalte Information, Bildung, Kultur und anspruchsvolle Unterhaltung ab. Das Programm wird über Satellit ausgestrahlt und ist somit europaweit empfangbar. Die Sendungen dieses Fernsehprogramms sollen nach § 4d ORF-G „Informationen über Österreich beinhalten oder die österreichische Kultur, Sprache, Geschichte oder das österreichische gesellschaftliche Leben widerspiegeln.“ (ORF-G, 2014)

Im besonderen Auftrag für ein Online-Angebot geht es darum, sendungsbegleitende Inhalte zur Verfügung zu stellen. Konkretisiert wird dies folgendermaßen (vgl. § 4e Abs. 1 ORF-G, 2014):

- Informationen über den Österreichischen Rundfunk und seine gemäß § 3 veranstalteten Programme und bereitgestellten Angebote;
- eine tagesaktuelle Überblicksberichterstattung (aus Text und Bild mit ergänzenden Audio-Elementen oder audiovisueller oder interaktiver Unterstützung zu tagesaktuellen Geschehnissen aus den Bereichen

Politik, Wirtschaft, Chronik, Wetter, Kultur, Wissenschaft, Sport, Volksgruppen und Religion)

- die Begleitung der in den Programmen nach § 3 Abs. 1 und 8 ausgestrahlten Sendungen und
- einen Abrufdienst für die in den Programmen nach § 3 Abs. 1 und 8 ausgestrahlten Sendungen

Von Brauchtum, Volkskultur oder Tradition im Konkreten ist weder im ORF-G, noch in den Programmrichtlinien oder der Charta des ORF die Rede. Punkt acht der Charta des ORF beschreibt allerdings eine zentrale Aufgabe, welche auf Brauchtum angewendet werden kann: „Als föderalistisch organisiertes Medium spiegelt der ORF die historisch gewachsene Vielfalt der Bundesländer und ihrer Eigenständigkeit wider. In seinen Programmen betont der ORF kulturelle Eigenart, den eigenen Lebensstil und die politische und kulturelle Eigenständigkeit der Österreicher – der ORF ist damit Träger der nationalen Identität und repräsentiert diese Identität durch Programmexport auch nach außen.“ (ORF Publikumsrat, Charta des ORF, o.J.)

Der ORF bietet seinen Rezipienten ein trimediales Angebot aus Fernsehen, Hörfunk und Online-Angeboten, auf welches im Folgenden eingegangen werden soll.

4.1.2 ORF Fernsehen

Neben den Programmen ORF eins und ORF 2 sendet der ORF Spartenprogramme für Kultur (ORF III), Sport (ORF Sport +) und das europäische Publikum (ORF 2 Europe) und erfüllt somit die besonderen Aufträge für ein Sport-Spartenprogramm (§ 4b ORF-G), ein Informations- und Kultur-Spartenprogramm (§ 4c ORF-G), sowie den Auftrag für ein Fernsehprogramm für das europäische Publikum (§ 4d ORF-G).

Im Jahr 2007 lag der TV-Marktanteil von ORF eins und ORF 2, also der Anteil der Nutzungsdauer des Programms am gesamten TV-Nutzungsvolumen im jeweiligen Zeitintervall, bei 43 Prozent. Damit lag Österreich in Westeuro-

pa hinter Dänemark (65 Prozent), Island (49 Prozent) und Finnland (44 Prozent) auf Platz vier. Das Schlusslicht bildete Griechenland mit nur 16 Prozent Marktanteil für seine öffentlich-rechtlichen Sender ET 1, NET und ET 3. (ORF Medienforschung, Marktanteile öffentlich-rechtlicher Sender in Westeuropa 2007, o.J.)

Die Vollprogramme ORF eins und ORF 2 bieten ein bunt gemischtes Angebot aus Information, Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft, Bildung, Sport, Lebenshilfe, Film und Unterhaltung.

Der Spartenkanal ORF III beruht auf vier Programmsäulen:

- Kultur, Religion, Volkskultur und Regionalität
- Zeitgeschichte, Zeitgeschehen, Wissenschaft und Bildung
- Information und europäische Integration
- Kunst und Kultur

Jedem Wochentag ist auf ORF III ein bestimmter Schwerpunkt zugeordnet (z.B. Dokumentarfilme am Montag, Europa und Politik am Donnerstag). (vgl. ORF Kundendienst, ORF III, o.J.)

ORF Sport + besteht seit 2011 und bietet Sportinteressierten Zuschauern ein breites Spektrum an Sportarten, die im Hauptprogramm wenig bis keinen Platz finden. ORF Sport + möchte damit „die Vielfalt der österreichischen Sportlandschaft“ sichern und ausbauen. (ORF Kundendienst, ORF Sport +, o.J.) Ausgestrahlt werden „regionale und nationale Veranstaltungen österreichischer Sportverbände und Veranstalter sowie internationale Sportbewerbe, bei denen österreichische Mannschaften oder Sportlerinnen und Sportler antreten“. (ORF Kundendienst, ORF Sport +, o.J.) Auch Behindertensport und die Wichtigkeit von Bewegung für Kinder und Jugendliche finden Eingang in das Programm.

ORF 2 Europe bietet Zusehern in ganz Europa via Satellit die komplette Bandbreite der ORF 2-Informationssendungen. Auch österreichische Filme,

Serien und Unterhaltungsprogramme werden frei empfangbar ausgestrahlt. Somit kommen auch Rezipienten, die für ihren Satelliten-Receiver keine ORF Karte besitzen, in den Genuss dieser Produktionen.

Die Vermittlung von Bräuchen fällt im Besonderen in die Bereiche „Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft“ (Ziffer 4), „Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots“ (Ziffer 7), „Darbietung von Unterhaltung“ (Ziffer 8), „angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgemeinschaften“ (Ziffer 12), sowie „Information über Themen der Gesundheit und des Natur-, Umwelt- sowie Konsumentenschutzes unter Berücksichtigung der Förderung des Verständnisses über die Prinzipien der Nachhaltigkeit“ (Ziffer 14) des zuvor erläuterten öffentlich-rechtlichen Kernauftrags des ORF. (vgl. § 4 Abs. 1 ORF-G, 2014)

Folgende regelmäßig wiederkehrende Sendungen, welche die Vermittlung von Volkskultur, traditionellen Lebensweisen, landschaftlicher Schönheit und österreichischem Brauchtum zum Inhalt haben, waren im Untersuchungszeitraum Programmbestandteil von ORF eins und ORF 2:

- Zurück zur Natur (Sonntag, 17.05 Uhr)
- Land und Leute (Samstag, 16.30 Uhr, abwechselnd mit Unterwegs in Österreich)
- Bilderbuch (Samstag, 12.45 Uhr)
- Erlebnis Österreich (Sonntag, 16.30 Uhr)
- Unterwegs in Österreich (Samstag, 16.30 Uhr, abwechselnd mit Land und Leute)

4.1.3 ORF Radio

Der ORF betreibt drei nationale und neun regionale Radiosender. Während Ö1, Ö3 und FM4 in ganz Österreich empfangbar sind, stehen Radio Wien,

Radio Burgenland, Radio Niederösterreich, Radio Oberösterreich, Radio Steiermark, Radio Kärnten, Radio Salzburg, Radio Tirol und Radio Vorarlberg nur in den jeweiligen Bundesländern zur Verfügung.

Ö1 verfügt als erfolgreichster Kultursender innerhalb Europas über ein Repertoire aus Literatur, Kultur, Information, Religion, Wissenschaft und Musik. Auch Hörspiele oder Live-Übertragungen von Konzerten erwarten den Hörer.

Ö3 gilt als „Cash Cow“ unter den ORF Radios. Ganz nach dem Motto „Ö3 – Das Leben ist ein Hit“ steht aktuelle Charts-Musik auf dem Programm. Dank halbstündlicher Nachrichtensendungen kommt die Information nicht zu kurz. Autofahrern bietet Ö3 die aktuellsten Verkehrsmeldungen aus ganz Österreich. Formate wie der „Ö3 Wecker“ oder „Frühstück bei mir“ sind in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen beliebt und haben eine breite Stammhörerschaft.

FM4 wird vom ORF als „kein Massenprogramm, sondern Radio für eine spezielle Zielgruppe. FM4 ist ein Angebot an weltoffene, stilbewusste und an Populär-Kultur interessierte, tendenziell jüngere Menschen. Der Sender ist seinem Auftrag nach ein Minderheitenangebot.“ (ORF Kundendienst, FM4, o.J.) beschrieben. Die stündlich gesendeten Nachrichten werden auf Englisch gesprochen. Zwischen 1 Uhr und 14 Uhr ist die Moderationssprache generell Englisch.

Die Radiosender der neun ORF-Landesstudios setzen musikalisch auf Schlager und Oldies und richten sich wie auch Ö3, im Gegensatz zu Ö1 und FM4, an eine sehr breite Zielgruppe.

4.1.4 Online-Angebot

Im ORF-Gesetz ist im Rahmen des Versorgungsauftrags und des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags ausdrücklich festgeschrieben, dass der ORF einen Online-Auftritt anzubieten hat, um auch auf diesem Weg Informationen zu verbreiten. Unter der Internetadresse <http://orf.at/> ist die Hauptseite des ORF seit dem Jahr 1997 abrufbar. Dabei handelt es sich um das größte österrei-

chische Online-Medium. (vgl. Meier, 2013, S. 162) Hier findet der User nicht nur einen aktuellen Nachrichtenüberblick, sondern die Seite ist auch Ausgangspunkt zu allen anderen Bereichen des Online-Angebots.

Das Online-Angebot des ORF				
Nachrichten	Bundesländer	Radio & Fernsehen	Service	Der ORF
NEWS	ÖSTERREICH	ORF TVTHEK	KUNDENDIENST	UNTERNEHMEN
SPORT	BURGENLAND	TV-ÜBERSICHT	BACKSTAGE	REDAKTIONEN
WETTER	KÄRNTEN	ORF HIGHLIGHTS	TICKETSERVICE	ORF-ENTERPRISE
WISSENSCHAFT	NIEDERÖSTERREICH	3 SAT	INSIDER	ORF-CONTENT SALES
RELIGION	OBERÖSTERREICH	ALPHA	RAT AUF DRAHT	MEDIENFORSCHUNG
KULTUR	SALZBURG	ORF 2 EUROPE	LICHT INS DUNKEL	GIS
IPTV	STEIERMARK	RADIO-ÜBERSICHT	NACHBAR IN NOT	RSO
KONSUMENTEN	TIROL	Ö1	RADIOKULTURHAUS	ORF-PUBLIKUMSRAT
DEBATTE	VORARLBERG	Ö3	ORF SHOP	PRESSE-INFORMATIONEN
VOLKSGRUPPEN	WIEN	FM4	ORF DIGITAL	TV-SALES
		TELETEXT		

ORF-Radios	Überblick	ORF-Podcasts	Ö1	Ö3	FM4
------------	-----------	--------------	----	----	-----

Abbildung 2: Online-Angebot des ORF im Überblick (Quelle: ORF Public Value, o.J.)

Über Verlinkungen gelangt man zum Fernsehprogramm aller angebotenen Programme, zur TVthek (hier können Sendung bis sieben Tage nach Ausstrahlung online angesehen werden), zu den Websites der ORF Radios (inkl. der Möglichkeit, den Sender via Live-Stream online zu hören), zu einem Forum, in dem User zu aktuellen Themen debattieren können, zu den Websites der ORF-Landesstudios mit bundesländerspezifischen News, zu Informationen zum Unternehmen, zu einem Servicebereich (Kundendienst, Public-Value-Bericht, ORF-Shop etc.), zur Website des Publikumsrats und zu den Bekanntgaben zum ORF-Gesetz.

Unter <https://www.facebook.com/ORF> ist der Facebook-Auftritt des ORF abrufbar. Facebook spielt insofern eine besondere Rolle, als dass die generelle Nutzung dem ORF unter Berufung auf das Foren-Verbot im ORF-Gesetz bis Juli 2013, die Aktivierung der Kommentarfunktion bis April 2014 vom Bundeskommunikationssenat untersagt war. Nachdem der Verfassungsgerichtshof dieses Verbot als Eingriff in die Rundfunkfreiheit aufhob, darf der ORF zwar weiterhin kein eigenes Forum betreiben, wohl aber bestehende soziale Netzwerke uneingeschränkt nutzen. (vgl. Verfassungsgerichtshof Österreich, 2013)



Abbildung 3: Facebook-Titelbild des ORF im Dezember 2014. (Quelle: Facebook, ORF, 2014)

Die Facebook-Seite des ORF konnte bisher 19.736 „Gefällt mir“-Angaben verbuchen, einige Sendungen verfügen über eine eigene Facebook-Page (wie zum Beispiel „Im Zentrum“ mit 7.536, die „Zeit im Bild“ mit 60.210 oder „Willkommen Österreich“ mit 58.778 „Gefällt mir“-Angaben). (Stand: 09.12.2014) Im Untersuchungszeitraum zeigte das Titelbild Weihnachtsbäckerei, Kerzen und weihnachtliche Ornamente inklusive des Schriftzuges „Advent im ORF“ (siehe Abbildung 3).

Der Twitter-Account des ORF zählt 7.669 sogenannte Follower. (Stand: 09.12.2014) Das Rundfunkunternehmen nutzt diesen Kanal, um Sendungen anzukündigen und (potenzielle) Zuschauer darauf aufmerksam zu machen und um seine Produkte zu bewerben.



Abbildung 4: Beispiel für die Twitter-Kommunikation des ORF (Quelle: Twitter, ORF, 2014)

Auf weitere Facebook- und Twitter-Accounts der ORF Radios oder einzelner Sendungen wird in dieser Arbeit nicht eingegangen.

4.1.5 ORF Teletext

Der ORF Teletext dient als programmbegleitendes Angebot zu den drei zuvor genannten Verbreitungskanälen. Er bietet Textinformation zu Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Chronik, Kultur und Gesellschaft, zu Sport und Wetter, umfasst aber auch ein breites Serviceangebot wie das Fernsehprogramm für ORF 1, ORF 2, ORF III, ORF Sport + und ORF 2 Europe bzw. für die ORF-Beiträge in 3sat und ARD-alpha (alpha-Österreich), das Programm der ORF Radios, einen Veranstaltungskalender, aktuelle Verkehrsmeldungen, Reiseinformationen, Börsen-News und Informationen rund um den ORF. Es gibt einen eigenen Bereich mit humanitären Projekten wie Licht ins Dunkel, Nachbar in Not und den Team Österreich-Tafeln, in der Kategorie „Help“ ab Teletext Tafel 420 erwarten den Leser Tipps der Redaktion mit Unterstützung der Arbeiterkammer (unter anderem zu Telefonie, Internet oder Strompreisen).

Einen wichtigen Aspekt hält der Teletext für gehörlose oder hörgeschädigte Zuschauer bereit. Unter dem Motto „Lesen statt hören“ findet man unter Teletext-Tafel 777 die Untertitel zur jeweils laufenden Sendung, die dann am unteren Bildschirmrand eingeblendet werden. Die Verfügbarkeit von Untertiteln wird zu Beginn einer Sendung am oberen rechten Bildschirmrand mit dem Kürzel „UT“ angekündigt.

Der Teletext ist synchron und in gewohnter Form auch online unter teletext.orf.at abrufbar.

4.1.6 ORF Nachlese

Neben den Kanälen Fernsehen, Radio und Online bietet der ORF das monatlich erscheinenden Magazin „ORF Nachlese“, das Ende der 1970er Jahre erstmals publiziert wurde, neben dem Teletext als Begleitmedium an. Die Kosten für ein Einzelheft betragen 2,90 Euro (Stand: Dezember 2014), der Inhalt ist breit gefächert und reicht von Kochrezepten und Gesundheitsbeiträgen bis zu Konsumentenschutz-Belangen. Für den Inhalt zeichnen Sendungsverantwortliche und ORF Nachlese-Redakteure gleichermaßen verantwortlich. (vgl. ORF Kundendienst, ORF Nachlese a, o.J.) Die Richtung des Magazins wird in der Offenlegung beschrieben als „Programmbegleitende Wiedergabe von und ergänzende oder weiterführende Information zu Inhalten von Hörfunk- und Fernsehsendungen und -programmen des ORF und seiner Tochtergesellschaften“. (ORF Kundendienst, ORF Nachlese b, o.J.)

4.2 Red Bull Media House GmbH

Die Red Bull Media House GmbH ist eine Tochterfirma der Red Bull GmbH. Unter ihrem Dach werden die Produkte Servus TV, Servus in Stadt & Land, Terra Mater, Speed Week, Seitenblicke, Red Bull Mobile und The Red Bulletin vermarktet.

4.2.1 Servus TV

Servus TV ging im Jahr 2009 als Nachfolger von SalzburgTV auf Sendung und stützt sich auf die Säulen Kultur, Heimat, Natur, Unterhaltung, Sport und Information. Der Leitsatz, der sich immer wieder findet, lautet „Wir wünschen Ihnen bessere Unterhaltung“. Sitz des Senders ist Wals-Himmelreich bei Salzburg. Servus TV beschreibt seine Zielgruppe als „weltoffenes und vielseitig interessiertes Publikum im deutschsprachigen Fernsehraum“ (Servus TV, Unternehmen, Presse, o.J.) und konkretisiert sie als kaufkräftig, gebildet und als „Menschen, die einen inneren Anspruch an guter [sic!] Unterhaltung haben“ (Servus TV, Servus TV Kompakt, o.J.). Servus TV setzt seinen Programmfokus auf den Alpenraum. Benannt ist der Sender nach dem Grußwort „Servus“ und er strahlt sein Programm auch genau in jenen (Bundes-)Ländern aus, in denen das Wort zum Sprachgebrauch gehört – dem „Servus Raum“, der aus Österreich, Südtirol, der deutschsprachigen Schweiz und Deutschland besteht (in Bezug auf Gesamtdeutschland spricht der Sender vom „Sympathieraum“, die Bundesländer Bayern und Baden Württemberg zählt er zum „Servus Raum“). (vgl. Servus TV, Der Sender, o.J.)

Als privater Rundfunkanbieter ist Servus TV dem Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G) unterworfen. Nicht nur das terrestrisch, via Kabel oder via Satellit ausgestrahlte Fernsehprogramm, sondern auch die über die Homepage zur Verfügung gestellten Video-on-Demand Inhalte fallen in seinen Anwendungsbereich. Wie in § 30 AMD-G festgehalten, müssen auch private Rundfunkanbieter den Inhalt ihrer Mediendienste so gestalten, dass Menschenwürde und Grundrechte nicht verletzt werden und sie keinen Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion, Behinderung oder Nationalität schüren. Ebenso wie für die redaktionellen Inhalte trifft dies auch auf die durch Servus TV ausgestrahlte Werbung zu. (vgl. AMD-G, 2015) Während der Österreichische Rundfunk laut ORF-G einen Versorgungsauftrag, einen öffentlich-rechtlichen Kernauftrag und die besonderen Aufträge zu erfüllen hat, sind Servus TV von Gesetzes wegen lediglich Programmgrundsätze vor-

gegeben. So hat das Fernsehprogramm nach § 41 folgenden Punkten zu entsprechen: (vgl. AMD-G, 2015)

- Fernsehprogramme haben den Grundsätzen der Objektivität und Meinungsvielfalt zu entsprechen.
- In ihnen soll in angemessener Weise das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben im Verbreitungsgebiet dargestellt und den dort wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen geboten werden.
- Bei Programmen mit überwiegend lokalem Bezug soll ein angemessener Anteil der Sendungen redaktionell vom Rundfunkveranstalter selbst gestaltet sein.
- Berichterstattung und Informationssendungen haben in allen Fernsehprogrammen den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen. Nachrichten sind vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen.

Der Anteil an Eigenproduktionen von Servus TV beträgt laut eigenen Aussagen 60 Prozent. Pro Woche werden 20 Stunden Live-Programm gesendet. Der freie Empfang in Standardauflösung oder in HD ist über DVB-T (in Österreich und Deutschland), Kabel (in Österreich, Deutschland und der Schweiz), Satellit (in ganz Europa) oder IPTV (in Österreich, Deutschland und der Schweiz) möglich. (vgl. Servus TV, Servus TV Kompakt, o.J.)

Die Sparte Kultur und Volkskultur erreicht einen Marktanteil von bis zu 5,7 Prozent in der Zielgruppe der Erwachsenen zwischen 12 und 49 Jahren und Reichweiten von bis zu 128.000 Zusehern bei den über 12-Jährigen. (vgl. Servus TV, Programmschema, o.J.) Die ausgestrahlten Sendungen beinhalten nicht nur Themen aus Österreich, sondern, dem Programmgrundsatz entsprechend, aus dem gesamten „Servus Raum“.

Im Untersuchungszeitraum waren folgende regelmäßig wiederkehrende Sendungen aus dem Bereich der Volkskultur Programmbestandteil von Servus

TV:

- Hoagascht (Freitag, 19.40 Uhr)
- Hoagascht Raritäten (Sonntag, 16.40 Uhr)
- Einfach gut leben (Samstag, 17.15 Uhr)
- Adventgeschichten (mehrmals täglich Beiträge mit einer Dauer von etwa zehn Minuten)

4.2.2 Online-Angebot

Die Homepage von Servus TV ist unter <http://www.servustv.com/at/> abrufbar. Die Seite bietet Informationen und Fotos zu den einzelnen Sendungen, ein TV-Programm und einen Video-Bereich, in welchem Sendungen bei Bedarf online angesehen werden können. In der Rubrik „Jetzt live“ kann die laufende Sendung via Livestream verfolgt werden. Die Seite gibt Auskunft über die Moderatoren, den Sender, über das Wetter und enthält Verlinkungen zu den Social Media Plattformen Twitter, Facebook und Google+ und den Servus TV Apps für iOS- und Android-Endgeräte.

Servus TV verfügt auf Facebook über 138.279 „Gefällt mir“-Angaben (Stand: 12. Dezember 2014). Der Sender ist auf der Social Media Plattform seit 1. Oktober 2009 unter folgender Internet-Adresse erreichbar: <https://www.facebook.com/BessereUnterhaltung>. Das Titelbild wurde der Vorweihnachtszeit angepasst und zeigte im Untersuchungszeitraum ein Kind in Trachtenweste beim Schmücken des Christbaumes. Die Verantwortlichen lassen das Bild für sich sprechen, auf jeglichen Text wird verzichtet.



Abbildung 5: Facebook-Titelbild von Servus TV im Dezember 2014. (Quelle: Facebook, Servus TV, 2014)

Servus TV nutzt Facebook, um Programmhighlights anzukündigen, Gewinnspiele oder eigene Produkte zu bewerben und mit seinen Zuschauern in Kontakt zu treten. Auch eine Kombination dieser Absichten ist möglich, wie folgendes Beispiel zeigt:

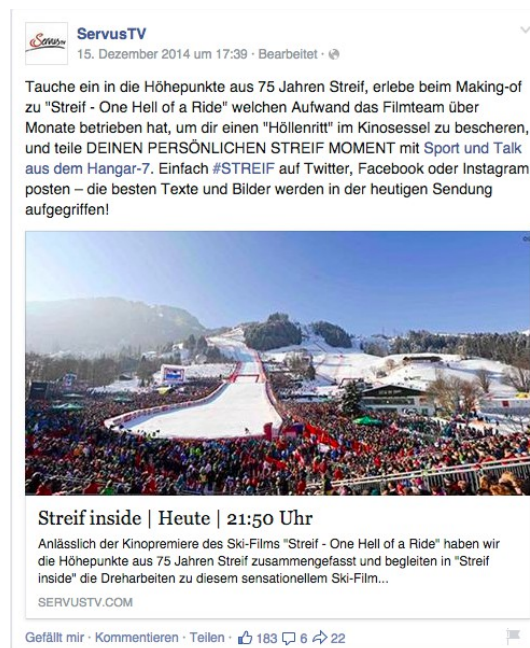


Abbildung 6: Facebook-Posting von Servus TV im Dezember 2014 (Quelle: Facebook, Servus TV, 2014)

Die Facebookseite verlinkt weiters auf die Plattformen Pinterest und YouTube. Durch einen Klick auf den jeweiligen Tab werden die Servus TV-Beiträge auf den entsprechenden Sozialen Netzwerken im Facebook Profil eingebettet.

Auf YouTube selbst verfügt Servus TV über 3.313 Abonnenten, die 362 Videos wurden insgesamt 2.612.728 mal aufgerufen. (Stand: 05.01.2015) Überwiegend handelt es sich um Sendungsausschnitte oder Trailer, einige Sendungen - wie die vierteilige Heimatreihe „Das Salzkammergut – haftig, pfachtlig, gschmoh“ - sind vollständig online. (vgl. YouTube, Servus TV, o.J.)

Auf Twitter folgen Servus TV 9.407 User. Der Sender hat bis dato 1.351 Tweets abgegeben und kommuniziert hauptsächlich sein Sendungsangebot und verlinkt auf seine Homepage. (Stand: 06.01.2015)

Auf Pinterest können sogenannte Pins (Fotos mit oder ohne Beschreibung) zu virtuellen Pinnwänden zu unterschiedlichen Themengebieten zusammengefügt werden. User des sozialen Netzwerks können Ideen und Inspirationen sammeln und dieses Potpourri auch mit anderen teilen. Servus TV hat hier sieben Pinnwände (mit insgesamt 243 Pins) mit den Titeln „LiteraTOUR“, „Trau dich, Tracht zu tragen“, „Servus BERGWELT“, „Servus NATUR“, „Servus TIERWELT“, „Küche & Genuss“ und „Weihnachten daheim“. (Stand: 12.01.2015)

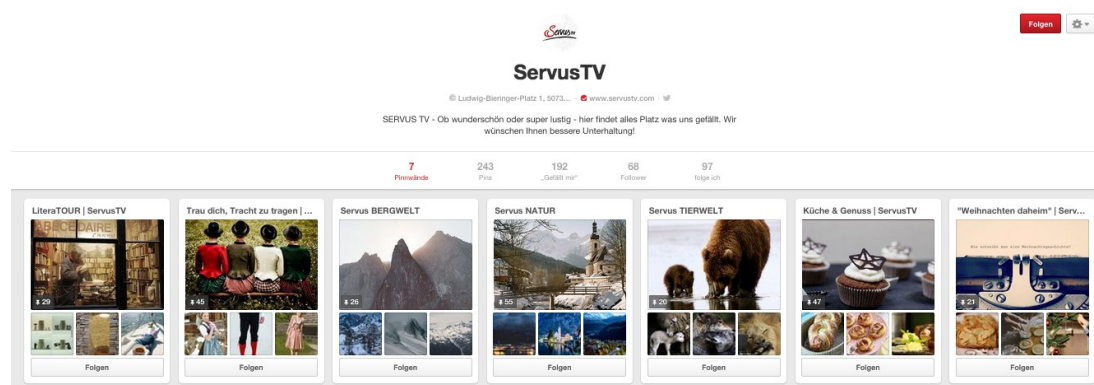


Abbildung 7: Pinterest-Profil von Servus TV (Quelle: Pinterest, Servus TV, o.J.)

In letzterer Sammlung sind Pins zu Rezepten, Weihnachtsdekoration und stimmungsvolle Bilder zu finden. Bei den gepinnten Beiträgen handelt es sich

zum größten Teil um eigenen Content mit Verlinkung auf die Servus TV Homepage, aber auch um Blogbeiträge und Inhalte von anderen Usern. (vgl. Pinterest, o.J.)

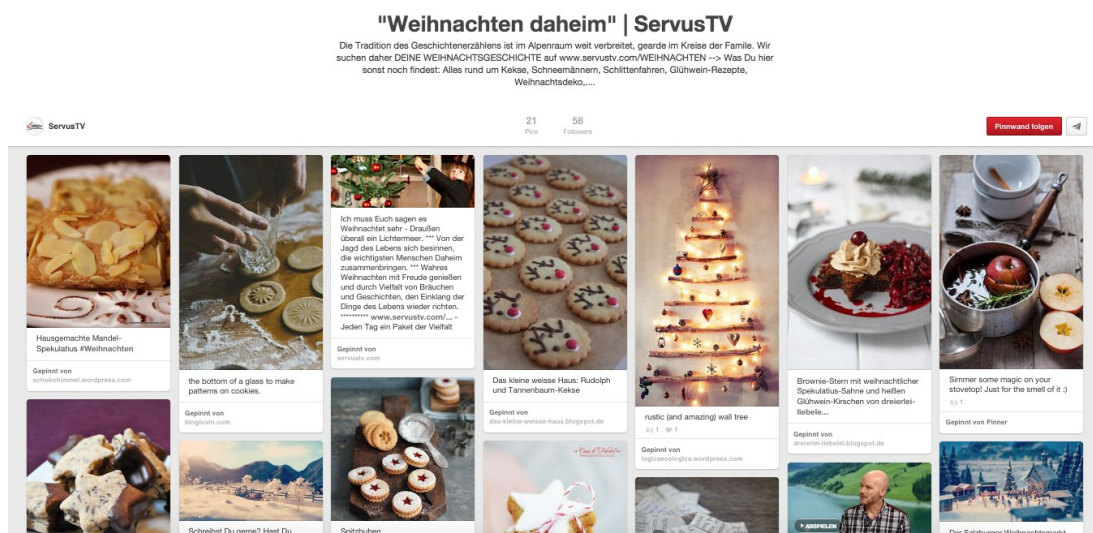


Abbildung 8: Pinterest-Pinnwand von Servus TV zum Thema Weihnachten (Quelle: Pinterest, Servus TV, o.J.)

Neben Facebook, Twitter, YouTube und Pinterest ist Servus TV auch auf Google+ vertreten. Unter <https://plus.google.com/+ServusTV/posts> ist das Profil des Senders abrufbar. 411 Follower verfolgen die Aktivitäten, die Seite zählt mit Stand 13.01.2015 bereits 244.349 Aufrufe. Was hier hauptsächlich gepostet wird, sind Teaser für verschiedene Sendungen. Aber auch Gewinnspiele und Videos (die auch via YouTube und über die Homepage abrufbar sind) sind unter den Beiträgen. Das Titelbild des Google+ Profils war im Untersuchungszeitraum mit jenem auf Facebook identisch.

Abseits des klassischen Onlineangebots besteht auch die Seite „Servus am Marktplatz“, die den Usern einen Onlineshop für regionale Produkte bietet. Dahinter steht folgende Philosophie: „Geleitet von Werten wie Tradition, Natürlichkeit, Bodenständigkeit, Echtheit und Regionalität, haben wir für Servus am Marktplatz einzigartige Erzeugnisse zu einem außergewöhnlichen Sortiment zusammengestellt. (...) Gemeinsam mit dem Monatsmagazin Servus in

Stadt & Land und dem Fernsehsender Servus TV erzählen wir hier bei Servus am Marktplatz auch immer die Geschichte, die hinter jedem einzelnen Produkt steckt – die Geschichte seines Schöpfers und die Geschichte der Region, aus der es stammt.“ (Servus am Marktplatz, o.J.) Von kulinarischen Besonderheiten über Küchenzubehör und Dekoration bis hin zu Accessoires und Spielzeug wird eine Vielzahl an Produkten angeboten.

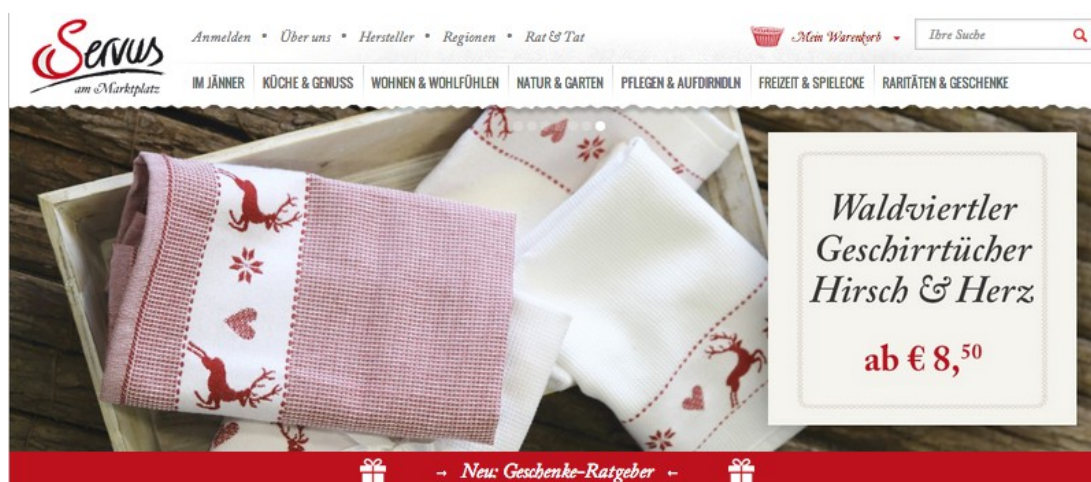


Abbildung 9: Startseite von Servus am Marktplatz (Quelle: Servus am Marktplatz, o.J.)

4.2.3 Servus TV Text

Wie der ORF bietet auch Servus TV seinen Zuschauern ergänzend zum Fernseh- und Online-Angebot einen Teletext an. Dieser bietet Informationen zu Programm und Sport, Nachrichten aus Österreich, Deutschland und der Schweiz, einen Überblick über News weltweit, Freizeit-Tipps, Wettervorhersagen für den „Servus Raum“ und Reise-Tipps.

4.2.4 Printmedien

Dem Privatsender Servus TV ist das Monatsmagazin Servus in Stadt & Land mit seinen Mutationen Servus in Stadt & Land Kinder und Servus in Stadt & Land Gute Küche zuzuordnen (auf weitere Printmedien der Red Bull Media House GmbH wird in weiterer Folge nicht näher eingegangen). Für den „Ser-

vus Raum“ gibt es regionale Mutationen für Bayern, Baden Württemberg und Gesamtdeutschland (alle Bundesländer außer Bayern und Baden Württemberg; auch in Liechtenstein, Luxemburg und der Schweiz verfügbar), in Südtirol ist die Österreich-Ausgabe des Magazins erhältlich.

Unter dem Leitsatz „Einfach. Gut. Leben“ charakterisiert sich das Haupt-Heft als „regionales und saisonales Lebensstil Magazin, das in den lebendigen Traditionen und Werte [sic!] des österreichischen Kulturraumes sowie im gesamten Alpenraum verwurzelt ist.“ (Servus in Stadt & Land, o.J.) Laut Angaben der Österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK) verfügte das Magazin im ersten Halbjahr 2014 über eine verkaufte Auflage von 135.617 Exemplaren und ist somit das meistverkaufte Monatsmagazin Österreichs. (vgl. Servus in Stadt & Land, o.J.) Die Reichweite wurde in der Media Analyse 2013/2014 mit 11,4 Prozent angegeben, was 826.000 Lesern pro Monat entspricht. Die Zielgruppe wird als gut situiert, gebildet und einkommensstark im Alter von 30 bis 59 Jahren beschrieben. (vgl. Servus in Stadt & Land, Daten & Fakten, o.J.) Der Heftpreis liegt mit 4,50 Euro deutlich über jenem der ORF Nachlese, allerdings übersteigt der Umfang von Servus in Stadt & Land durchschnittlich etwa 180 Seiten jenen des ORF-Printmediums auch um ca. 55 Seiten.

Das Magazin beinhaltet redaktionelle Beiträge aus den Bereichen Natur & Garten, Küche, Wohnen, Land & Leute und Standards (wiederkehrende Beiträge wie z.B. Vorwort, Leserbriefe und Kolumnen).

Servus in Stadt & Land Kinder steht unter dem Motto „Spielen. Erleben. Begreifen“. Das Magazin ist in Schreibweise und Layout an die junge Zielgruppe zwischen acht und zwölf Jahren angepasst und erscheint sechs mal pro Jahr. Auch „Eltern und Lehrer, denen es wichtig ist, Werte wie Tradition, Brauchtum und Regionalität weiterzugeben“ (Servus in Stadt & Land Kinder, Unsere Welt, o.J.) gehören zur Zielgruppe. Die Ressorts gliedern sich hier in Naturwissen, Spannende Berufe, Basteln und Lesespaß. Der Heftpreis beträgt 3,90 Euro. (vgl. Servus in Stadt & Land Kinder, Daten und Fakten, o.J.)

Servus in Stadt & Land Gute Küche richtet sich zweimal im Jahr unter dem Leitsatz „Einfach. Gut. Essen.“ an eine Zielgruppe zwischen 35 und 59 Jahren und ist mit einer verkauften Auflage von 43.618 Exemplaren das verkaufstärkste Kochmagazin Österreichs. (vgl. Servus in Stadt & Land Gute Küche, o.J.) Das Heft gliedert sich in die Ressorts Saisonal, Regional, Traditionell, Authentisch und Zum Selbermachen und ist zum Preis von 5,50 Euro erhältlich.

Die besten Rezepte aus Servus in Stadt & Land Gute Küche wurden 2013 im Kochbuch „Das große Servus in Stadt & Land Kochbuch: Traditionelle Rezepte aus Österreich“ veröffentlicht, welches in Buchhandlungen und unter anderem über Amazon erhältlich ist.

5 Theorien & Forschungsstand

Das folgende Kapitel bietet einen Einblick in systemtheoretische Forschung und Begrifflichkeiten, die Funktionen der Massenmedien und den Konstruktivismus, um dem Gegenstand dieser Magisterarbeit ein theoretisches Fundament zu schaffen. Aufgrund der Komplexität der einzelnen Theorien beschränkt sich dieses Kapitel darauf, dem Leser einen Überblick über die genannten Felder zu verschaffen. Ergänzt werden die Ausführungen durch einen Blick in bestehende wissenschaftliche Arbeiten, die das Themengebiet der Arbeit tangieren.

5.1 Systemtheorie

Obwohl der ORF und Servus TV unterschiedlich organisiert sind, verschiedenen Gesetzen unterworfen sind und bezüglich ihres Programmaufbaus andere Vorgaben zu erfüllen haben, ist ihnen trotzdem gemein, dass sie zum einen in Systeme eingebettet sind und zum anderen selbst Systeme bilden. Der Begriff des Systems beschreibt seinem Ursprung nach ein aus Teilen bestehendes Ganzes. Ausschlaggebend für ein System ist daneben die vorherrschende Emergenz, also die Tatsache, dass neben der Summe aller Teile auch eine systematische Qualität vorherrscht. All das, was außerhalb eines Systems liegt, wird als seine Umwelt bezeichnet. (vgl. Weber, 2010, S. 190) System und Umwelt schließen einander aber nicht aus. So ist der ORF als öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter zwar als Organisation ein System für sich, das sich wiederum in Untersysteme (z.B. einzelne Redaktionen) aufteilt, für andere Systeme ist er aber Bestandteil ihrer Umwelt.

Bertalanffy ging davon aus, dass ein System ein Ganzes ist, das aus verschiedenen Teilen besteht (wie weiter oben bereits angeführt), diese Teile aber miteinander in Beziehung stehen. Luhmann entwickelte den Ansatz weiter zur Theorie der sozialen Systeme, die nicht aus Personen, sondern aus

einzelnen Handlungen von Personen bestehen. Folgt man Luhmanns Begriff der Autopoiesis, so werden die Elemente, die ein System enthält, von ihm selbst erzeugt. Dieser Ansatz geht davon aus, dass Systeme gleichermaßen offen und geschlossen sind, sich also von ihrer Umwelt abschotten, aber trotzdem Umwelteinflüsse zulassen. (vgl. Weber, 2010, S. 175) Im Rahmen der funktional-strukturellen Systemtheorie räumt Luhmann Systemen so viel Flexibilität ein, dass sie sich in ihrer Struktur verändern können, wenn äußere Einflüsse es erfordern. Sie besitzen also selbst Problemlösungskompetenz und verbleiben nicht starr in ihrer alten Form. (vgl. Burkart, 2002, S. 458ff) Auch der ORF musste sich neu organisieren, als es zur Einführung des dualen Rundfunksystems in Österreich kam, sich damit die äußeren Einflüsse veränderten und eine Anpassung an eine neue Umwelt erforderlich machten. Systemen ist gemein, dass sie ihre Umwelt reduziert wahrnehmen, indem sie aus der überdimensionalen Anzahl an Umwelteinflüssen jene herausfiltern, die für ihr Funktionieren entscheidend sind. Burkart führt als Beispiel für das soziale System einer „Rundfunkanstalt“ an, dass dieses seine Umweltsphäre auf den Bereich Publikum eingrenzt und spezielle Strukturen schafft, um auf Einflüsse daraus reagieren zu können. (vgl. Burkart, 2002, S. 462)

Innerhalb eines sozialen Systems kann zwischen Interaktions-, Organisations- und Gesellschaftssystemen unterschieden werden. Ein Beispiel für ein Interaktionssystem wäre ein Team innerhalb einer Redaktion. Es stellt ein System auf der niedrigsten Ebene, der Mikro-Ebene, dar. Geht man nun eine Ebene höher, auf Meso-Ebene, trifft man auf ein Organisationssystem, zu dem alle Mitglieder einer Redaktion gehören und nicht nur jene, die sich in Teams zusammengefunden haben. Das Gesellschaftssystem markiert die höchste Ebene und meint die allumspannende Weltgesellschaft. (vgl. Weber, 2010, S. 194f)

Rühl entwickelte den Ansatz der systemtheoretisch orientierten Theorie des Journalismus. Demzufolge steht der Journalismus als soziales System „[...] in vielfältigen Wechselbeziehung zu einer selektierten sozialen Umwelt“ (Bur-

kart, 2002, S. 463), fasst das Weltgeschehen für sein Publikum zusammen und dient somit der Vereinfachung und Kommunikationserleichterung. Rühl sieht drei Dimensionen, in denen derlei Prozesse ablaufen: die Sozialdimension, die Sachdimension und die Zeitdimension. In der Sozialdimension sind es vor allem Redaktionen, durch die Journalisten kommunizieren, während es außerhalb des journalistischen Systems Zuschauer, Hörer oder Leser sind (das Publikum) oder andere Umwelten, die kommunikative Handlungen setzen. (vgl. Burkart, 2002, S. 463f) In der Sachdimension signalisieren Stil- und Darstellungsformen, was von Seiten des Publikums an journalistischer Leistung erwartet werden kann. (Burkart, 2002, S. 464) Die Zeitdimension besagt, dass Journalismus von Werten und Normen reguliert wird. Darunter fallen beispielsweise Regulative wie das ORF-Gesetz und das Audiovisuelle-Mediendienste-Gesetz, wodurch geregelt wird, worüber die Redaktionen berichten müssen bzw. nicht berichten dürfen. (vgl. Burkart, 2002, S. 464)

5.2 Funktionen der Massenmedien

Der Funktionsbegriff selbst stammt aus der systemtheoretischen Perspektive, genauer gesagt aus der funktional-strukturellen Theorie von Luhmann. Auf der Suche nach den Funktionen der Massenmedien soll der Frage nachgegangen werden, welche Leistungen diese für die Gesellschaft erbringen. (vgl. Burkart, 2002, S. 379) So sieht beispielsweise Rühl die „Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“ (Rühl, 1980, S. 319 zit. nach Burkart, 2002, S. 463) als Primärfunktion des modernen Journalismus.

Folgt man dem technischen Medienbegriff, so ist ein Medium ein Instrument, das Zeichen über einen gewissen Zeitraum speichern kann, sie transportiert und an Nutzer verteilt. (vgl. Bonfadelli et al., 2010, S. 136)

Technologisch kann zwischen vier Typen von Medien unterschieden werden (vgl. Bonfadelli et al., 2010, S. 137f):

- Primäre Medien: Sie kommen in der Face-to-Face Kommunikation zum Tragen und können ohne technische Hilfsmittel verwendet werden. Darunter fallen Mimik, Gestik und Sprache.
- Sekundäre Medien: Hier sind zwar für den Produzenten technische Hilfsmittel erforderlich, nicht aber für den Empfänger. Darunter fallen Bücher und Zeitungen.
- Tertiäre Medien: Um tertiäre Medien zu nutzen, brauchen sowohl der Sender, als auch der Empfänger technischer Hilfsmittel. Beispiele dafür sind das Fernsehen und der Hörfunk.
- Quartärmedien: Sie gehen mit einer digitalisierten, interaktiven Art der Kommunikation einher.

Das System der Massenmedien führt soziale, politische und ökonomische Funktionen aus. Allen dreien ist gemein, dass sie eine Informationsfunktion zu erfüllen haben. Die sozialen Funktionen gliedern sich weiters in Sozialisationsfunktion, soziale Orientierungsfunktion, Rekreationsfunktion und Integrationsfunktion. Zu den politischen Funktionen zählen das Herstellen von Öffentlichkeit, die Artikulationsfunktion, eine politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion und eine Kritik- und Kontrollfunktion. Zu guter letzt beinhaltet die ökonomische Funktion der Massenmedien eine Zirkulationsfunktion, eine regenerative Funktion und eine herrschaftliche Funktion. (vgl. Burkart, 2002, S. 382) Die sozialen Funktionen richten sich an die gesellschaftliche Umwelt der Massenmedien. Die Medien sollen das Bewusstsein für Normen stärken und zur Sozialisation der Menschen beitragen. Ebenfalls sollen sie Menschen Orientierung in einer Informationsgesellschaft bieten, in der unzählige Informationen auf jeden einzelnen einprasseln. Die Rekreationsfunktion dient der Ablenkung und Zerstreuung des Rezipienten. Nach Maletzke ermöglicht die Integrationsfunktion der Massenmedien den Menschen, sich der Gesellschaft durch die Darbietung von Informationen über ebendiese zugehörig zu fühlen.

Die politischen Funktionen beziehen sich auf ein politisches System, das als Demokratie organisiert ist. Die Herstellung von Öffentlichkeit funktioniert alleine dadurch, dass Medien Informationen öffentlich zugänglich machen. Die Artikulationsfunktion erfüllen Massenmedien, indem sie ein Sprachrohr für alle politischen Parteien, Verbände und Interessengruppen darstellen. (vgl. Burkart, 2002, S. 382ff) Dies ist beispielsweise auch im ORF-Gesetz verankert. Im Rahmen der politischen Sozialisationsfunktion stellen die Massenmedien dar, welche politischen Rollen existieren und geben dem Rezipienten so die Möglichkeit, selbst ein derartiges Rollenverhalten zu entwickeln. Damit einher geht die politische Bildungsfunktion, die es dem Rezipienten im Optimalfall ermöglicht, nicht nur Zusammenhänge zu verstehen, sondern sich selbst eine Meinung zu bilden. Die Kritik- und Kontrollfunktion der Massenmedien dient dem Zweck, dem Publikum einen „vielstimmigen Dialog“ (Glotz/Langenbucher, 1969, S. 29 zit. nach Burkart, 2002, S. 396) zu präsentieren, in dem kritische Stimmen zu Parteien, Gewerkschaften etc. zu hören sind. Alleine durch diese Veröffentlichung bzw. die Möglichkeit dazu, üben Massenmedien eine gewisse Kontrolle über das politische System aus. Im Rahmen der ökonomischen Funktionen, die auf das ökonomische System abzielen und der Kapitalverwertung dienen. Die Zirkulationsfunktion besagt, dass Medien Ware-Geld-Beziehungen aktivieren. Dies gelingt zum einen durch klassische Werbung, zum anderen aber auch durch andere Anreize zum Konsum (z.B. Umstellung von analogem Fernsehsignal auf DVB-T, wodurch eine Anschaffung einer entsprechenden Box notwendig wurde). Die regenerative Funktion soll dafür Sorge tragen, dass das Publikum unterhalten und informiert und dadurch motiviert wird, wieder an die Arbeit zu gehen. Die herrschaftliche Funktion besagt, dass die Massenmedien die Aufgabe haben, das gesellschaftliche Ordnungsprinzip zu propagieren und zu legitimieren. (vgl. Burkart, 2002, S. 394ff) Die Informationsfunktion ist in den sozialen, den politischen und den ökonomischen Funktionen verankert. Ob eine Aussage eine Information ist oder nicht, hängt davon ab, ob sie dem Empfänger etwas mitteilt, was er noch nicht wusste, oder ob ihm der Inhalt bereits bekannt war.

So kann eine Aussage für Person A eine Information sein, für Person B ist sie hingegen nur etwas, was sie bereits gehört hatte. Die Ansprüche an massenmediale Informationsvermittlung sind demnach Vollständigkeit, Objektivität und Verständlichkeit.

5.3 Konstruktivismus

Im Konstruktivismus wird davon ausgegangen, dass Menschen, die als Beobachter bezeichnet werden können, durch bestimmte Leistungen ihres Bewusstseins Wirklichkeitsvorstellungen entwickeln. Dabei wird jeder Beobachter als System für sich verstanden. Im Mittelpunkt steht der Vorgang der Konstruktion eines Bildes einer Realität, wie sie nicht ohnehin schon in der Außenwelt besteht. Die Konstruktion ist dabei keine bewusste Erzeugung von Wirklichkeit, sondern einer oft unterbewusst ablaufenden Sinnproduktion eines Individuums. Schmidt entwickelte ein Modell, das die Wirklichkeitskonstruktion als Kreislauf von vier Instanzen darstellt: Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. Er geht davon aus, dass Medien und Kultur einem Individuum dabei helfen können, das Denken (Kognition) und das Mitteilen (Kommunikation) miteinander zu koppeln. (vgl. Weber, 2010, S. 170ff)

Betrachtet man nun die Anwendung des Konstruktivismus auf den Bereich des Journalismus, so zeigt sich laut Weischenberg (1995), dass nicht die Ereignisse selbst dafür verantwortlich sind, worüber Bericht erstattet wird, sondern der zwischengeschaltete Journalist, der die Berichterstattung produziert. (vgl. Weischenberg, 1995, S. 47 zit. nach Weber, 2010, S. 179) Weber stellte das konstruktivistische Modell der Nachrichtenkonstruktion auf. Dieses geht davon aus, dass die Wirklichkeitskonstruktion erst beim Individuum selbst erfolgt. Dieses Individuum kann zum einen der Rezipient, in Bezug auf professionelle Kommunikation aber auch der Journalist sein. (vgl. Weber, 1999, S. 208ff zit. nach Weber, 2010, S. 179)

Betrachtet man die Anwendung des Konstruktivismus in Bezug auf Massen-

medien, so zeigt sich, dass die Medienwirkung erst in Abhängigkeit von ihrer kontextuellen Einbettung entsteht. (vgl. Weber, 2010, S. 179f)

5.4 Wissenschaftliche Arbeiten

Das Thema Brauchtum im Fernsehen ist kommunikationswissenschaftlich ein weitgehend unberührtes. Während der Regionalität in der tagesaktuellen Berichterstattung oder dem Österreichbewusstsein bereits in einigen Werken Aufmerksamkeit geschenkt wurde, ist konkret zur Darstellung des Brauchtums im Fernsehen keine Literatur zu finden. Die Thematik wird durch einige Diplomarbeiten, vor allem aus dem Bereich Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, aber zumindest berührt. Während in einigen Arbeiten der Beitrag des ORF zur Identitätsstiftung oder seine Rolle in der Kulturvermittlung thematisiert wird, scheint Servus TV als vergleichsweise junger Fernsehsender bisher noch keinen Eingang in wissenschaftliche Arbeiten gefunden zu haben.

Fasolt-Baker (1999) analysiert das Österreichbewusstsein im ORF anhand der Fernsehsendung „Willkommen Österreich“ (Ursprungsformat von „heute leben“). Es sei ein Hauptziel des ORF, die kulturelle Eigenart, den Lebensstil, die Sprachfärbung und das Selbstverständnis der Österreicher zu erhalten und sich so von anderen Fernsehsendern abzugrenzen. (vgl. Fasolt-Baker, 1999, S.2) Die Autorin konzentriert sich unter anderem auf Fragen nach der Regionalisierung der Themen, nach der Darstellung Österreichs im europäischen Kontext und nach den Lebensstilen, Einstellungen und Werthaltungen der Österreicher. (vgl. Fasolt-Baker, 1999, S. 4) Die Volkskultur, worunter die Autorin Tradition und Brauchtum subsummiert, wird nur mit ein paar Zeilen erwähnt und als „kein Gegenstand des Nationalstolzes“ beschrieben. (Fasolt-Baker, 1999, S. 13) Auch im Rahmen ihrer Inhaltsanalyse stellte sich heraus, dass die Volkskultur nur eine relativ unbedeutende Rolle im Analysematerial spielt. Einen Anknüpfungspunkt bildet die Betrachtung des ORF als Stifter ei-

nes Österreichbewusstseins, welche die Frage aufkommen lässt, ob nicht auch Servus TV diese Rolle erfüllen kann.

Patschok (2005) rückt das Brauchtum, im Speziellen die Tradition des Perchtenlaufes, in den Fokus seiner Arbeit. Er behandelt u.a. die Volkskultur, die Kultur im Rahmen der Cultural Studies und die Rolle der nonverbalen Kommunikation im Brauchtum. (vgl. Patschok, 2005, S. 8ff) Ebenfalls weist er auf den Zusammenhang zwischen Sprache, Musik, Kleidung und Identifikation und Heimat hin. Der Autor beschreibt die Rolle der Perchtengruppen für die Bevölkerung und für den Tourismus, widmet jener für das Fernsehen aber nur wenig Beachtung.

In seinem Paper widmet sich Felgenhauer (2012) dem regionalen Rundfunk in Deutschland. Er richtet den Fokus auf drei Serien zur Geschichte dreier deutscher Bundesländer und analysiert diese unter anderem in Hinblick auf Rhetorik und Bildgestaltung. Auch wenn der Autor seinen Blick nicht auf das Brauchtum in den untersuchten Gegenden richtet, lässt sich an seine Ansätze zur Erforschung der Darstellung eines regionalen Charakters gedanklich anknüpfen. Auch in Sendungen zum Brauchtum wird ein Blick in die Geschichte und in die Region als Landschaft geworfen und auch hier soll durch die gewählten Methoden erforscht werden, in welchen Instrumenten der Darstellung sich die gewählten Sendungen ähneln oder von einander abgrenzen. (vgl. Felgenhauer, 2012, S. 1231)

Die Arbeit von Schumacher (1988) „Durch die Sendung führt: Überlegungen zur Moderation im Magazin“ zeigt die Funktionen und die Rolle des Moderators als zentralen Bestandteil der Sendeform des Magazins auf. Unter anderem ist der Moderator prägend für den Wiedererkennungswert der Sendung und die Zuschauerakzeptanz. Weiters behandelt die Autorin die Inszenierung der Moderationshandlung. (vgl. Kreuzer/Schumacher, 1988, S. 129ff) Hier knüpft diese Magisterarbeit an und untersucht ihrerseits, welche Rolle die Moderatoren der ausgewählten Sendungen auf ORF 2 und Servus TV einnehmen und wo die Unterschiede liegen.

6 Forschungsfragen

Aus dem Forschungsinteresse in Kapitel 3 und unter Bedachtnahme auf die Theorie ergeben sich folgende Forschungsfragen (FF), die mit Hilfe der Empirie in Kapitel 7 beantwortet werden sollen:

FF1: Welche Rolle spielen österreichische Bräuche im Untersuchungszeitraum in den ausgewählten Sendungen?

FF2: Welche Themen werden im Untersuchungszeitraum durch die ausgewählten Sendungen behandelt?

FF3: Inwiefern unterscheidet sich die Vorstellung der Sendungsverantwortlichen vom Alleinstellungsmerkmal* ihrer Sendung davon, wie diese sich im Untersuchungszeitraum präsentiert?

FF4: Welche Rolle nehmen der Moderator/die Moderatorin und der Off-Sprecher in den ausgewählten Sendungen ein?

FF5: Welchen Aspekten des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags des ORF wird Hoagascht Raritäten im Untersuchungszeitraum gerecht?

FF6: Inwiefern unterscheiden sich die ausgewählten Sendungen in ihrer formalen Gestaltung?

* engl.: unique selling proposition, USP

7 Empirie

In diesem Kapitel werden zuerst die gewählten Analysemethoden vorgestellt. Der Beschreibung des Analysematerials folgt eine inhaltliche Zusammenfassung der gewählten Folgen von Hoagascht Raritäten und Zurück zur Natur, an welche die eigentliche Analyse anschließt.

7.1 Methode

Als Methode wurde eine synchrone Produktanalyse in Form einer Kombination aus Fernsehanalyse (mittels eines Sequenzprotokolls) und qualitativer Inhaltsanalyse gewählt. Erstere folgt dem Modell von Knut Hickethier, zweite jenem von Philipp Mayring. Betrachtet wird in der vorliegenden Magisterarbeit rein die Produktionsseite, nicht die Rezipientensicht.*

Um das Untersuchungsmaterial für die Analyse greifbar zu machen, wurde von jeder ausgewählten Folge ein vollständiges Transkript angefertigt. Weiters wurde ein Analysebogen entwickelt, der es ermöglicht, in einem Schritt das Sequenzprotokoll zu erstellen und die qualitative Inhaltsanalyse durchzuführen.

Als Inhaltsanalyseeinheit wird eine komplette Wortmeldung eines Akteurs definiert. Davon ausgenommen sind gesungene Passagen, ein-Wort-Sätze wie „Ja.“, „Stimmt.“, „Wirklich?“, Begrüßungsfloskeln wie „Guten Morgen“ oder „Hallo Maggie“, Wünsche wie „Mahlzeit“ oder „Zum Wohl“ und reine Lautäußerungen wie „Hm“, „Mhm“ oder ein Lachen, die aufgrund ihrer mangelnden

* Die Rezipientensicht bildet den Anknüpfungspunkt an eine etwaige weitere Forschung, im Rahmen derer unter anderem erhoben werden könnte, warum Brauchtumssendungen rezipiert werden, welche Emotionen sie bei den Zuschauern auslösen und welche Bilder sie in deren Köpfen erzeugen. Dadurch wäre eine Gegenüberstellung dessen, was die Sendungsverantwortlichen vermitteln möchten mit dem, was davon tatsächlich bei den Zuschauern ankommt, möglich.

Aussagekraft nicht in die Analyse aufgenommen werden. Die Analyseeinheiten wurden relativ klein gewählt, da bei einer Ausweitung auf eine ganze Szene durch die Paraphrasierung zu viele Informationen verloren gehen würde. Das Ende einer Wortmeldung wird dadurch markiert, dass eine andere Person zu sprechen beginnt. Werden in einer Wortmeldung verschiedene Inhaltskategorien angeschnitten, wird nur jene codiert, die den größten Teil der Wortmeldung einnimmt.

Im Inhaltsanalyse-Teil des Codebogens werden folgende Punkte festgehalten: laufende Nummer der Inhaltsanalyseeinheit, Sendung, Folge, Akteure (sprechende Personen), Moderatorenrolle, Text (vollständiger Text der Analyseeinheit aus dem Transkript), Paraphrasierung (stichwortartige, inhaltliche Zusammenfassung mit eigenen Worten), Reduktion 1 und Reduktion 2. Für die Reduktionen wurden nach der Sichtung des Materials Kategorien erster Dimension gebildet, in welche sich die Inhaltsanalyseeinheiten einordnen lassen. In die daraufhin entwickelten Kategorien zweiter Dimension, mit Hilfe derer die Ergebnisse in weiterer Folge aufbereitet werden, werden die bereits bestehenden Kategorien noch einmal zusammengefasst – die Inhalte werden also auf ihre Kernthemen reduziert. Notwendig ist dieser Schritt, um die erzielten Ergebnisse messbar zu machen.

Um die einzelnen Sequenzen der Folgen dokumentieren und Charakteristiken zu ihrem formalen Aufbau heraus arbeiten zu können, bildet das Sequenzprotokoll einen Teil des Codebogens. Als Sequenz wird jene Zeitspanne definiert, innerhalb derer die Protagonisten einer Handlung gleich bleiben. Im Codebogen werden für die Sequenzanalyse die laufende Nummer, der Sequenzname, der Timecode (dieser markiert den Startpunkt einer Sequenz), der Handlungsort, die Akteure und eine Beschreibung der Sequenz festgehalten.

Als ergänzender Schritt wurde via E-Mail ein Experteninterview mit den Sendungsverantwortlichen durchgeführt, um die Produzentensicht zu den Forschungsfragen zu ergründen und diese den Ergebnissen aus der Analyse ge-

genüber stellen zu können. Diese Art der Befragung wurde gewählt, um Probleme aufgrund räumlicher Entfernung (vor allem nach Salzburg) und zeitlicher Abstimmung zu umgehen.

7.1.1 Die qualitative Inhaltsanalyse

Folgende Kategorien, eingeteilt in Reduktion 1 und Reduktion 2, wurden gebildet:

Reduktion 1	Reduktion 2
Weihnachten allgemein Advent Nikolaus Krampus Perchtenlauf Weihnachtslieder Weihnachtsgedichte Weihnachtsgeschichten Krippenkunst Entwicklung/Geschichte/Ursprung andere (Weihnachtsbräuche)	Weihnachtsbräuche
Berufsalltag Zusammenarbeit im Betrieb Service Utensilien/Geräte/Werkzeuge Geschichte des Handwerks Werkstatt Fabrik Geschäft Landwirtschaft andere (Handwerk)	Handwerk
Gewinnung/Ernte Vorkommen Verarbeitung Herstellung Merkmale/Eigenschaften Funktion/Wirkung Anwendung/Verwendung Geschmack/Duft des (Natur-)Produkts Design/Ideenfindung Verkauf Materialien/Inhaltsstoffe Geschichte des (Natur-)Produkts Regionalität Auszeichnungen Alleinstellungsmerkmal Spezialanfertigungen andere ((Natur-)Produkt)	(Natur-)Produkt
Tracht Lederhose Gamsbart andere (Traditionelle Kleidung)	Traditionelle Kleidung

Familie Vorfahren Kindheit Wohnung/Haus Hobbies Fähigkeiten Lebenseinstellung Werdegang Assoziation zu Weihnachten Vorstellung Haustiere andere (Porträt)	Porträt
Zutaten Zubereitung Geschmack/Duft des Rezepts Spezifika des Rezepts Verzehr Geschichte des Rezepts andere (Rezepte)	Rezepte
Chor Singgemeinschaft Musikschule altes Liedgut Auftritte/Konzerte andere (Musik)	Musik
Heimatverbundenheit Mentalität Redewendungen andere (Einheimische)	Einheimische
Landschaftliche Besonderheiten Berge Tiere Sagen/Mythen Regionsvorstellung Nationalpark Tradition andere (Region)	Region
Skulpturen Klöppeln Spinnen andere (Kunst & Handarbeit)	Kunst & Handarbeit

Tabelle 1: Kategoriensystem der Inhaltsanalyse (Quelle: eigene Darstellung)

Für Mayring ist die Bildung eines Kategoriensystems das zentrale Element der qualitativen inhaltsanalytischen Arbeit. Eine spätere quantitative Darstellung der Ergebnisse widerspricht dem qualitativen Charakter der Untersuchung insofern nicht, dass die Analyse anhand einer qualitativen Interpretation der Ergebnisse abgeschlossen wird. Quantitative Zwischenschritte im Analyseinstrumentarium sind nach Mayring durchaus zulässig. (vgl. Mayring, 2010, S. 20f) Prägend ist hier jener Satz, dem auch die Inhaltsanalyse im

Rahmen dieser Magisterarbeit folgt: „Von der Qualität zur Quantität und wieder zur Qualität.“ (Mayring, 2010, S. 22) Durch die Bildung von Kategorien wird die Analyse intersubjektiv nachvollziehbar und für andere Forscher rekonstruierbar.

Zur besseren Nachvollziehbarkeit der einzelnen Kategorien, seien im Folgenden Ankerbeispiele für die einzelnen Reduktionen angeführt:

7.1.1.1 Ankerbeispiele Weihnachtsbräuche

Die Kategorie *Weihnachtsbräuche* umfasst die Unterkategorien *Weihnachten allgemein*, *Advent*, *Nikolaus*, *Krampus*, *Perchtenlauf*, *Weihnachtslieder*, *Weihnachtsgedichte*, *Weihnachtsgeschichten*, *Krippenkunst*, *Entwicklung/Geschichte/Ursprung* und *andere*. Hierunter fallen alle weihnachtlichen Bräuche und Gepflogenheiten, die im Untersuchungsmaterial vorkommen. Grund für die Benennung der Kategorie als *Weihnachtsbräuche* und nicht als *Brauchtum* ist die Verankerung des Untersuchungsmaterials in der Vorweihnachtszeit und der damit einhergehende angenommene thematische Schwerpunkt. Die Unterkategorie *andere* wurde geschaffen, um eventuell auftauchende, weihnachtliches Brauchtum betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in der Analyse erfassen zu können.

Weihnachten allgemein:

Und aus die machen wir dann Kekserl. Ist das für dich ganz wichtig zur Weihnachtszeit? Kekse selbst zu machen? (ZzN vom 14.12.2014)

Advent:

Was sind so für euch Höhepunkte, gerade jetzt im Advent? (HR vom 30.11.2014)

Nikolaus:

Zuerst kommt aber noch der Nikolaus mit seinen heiligen Begleitern, hoch zu Ross. Die Habergeiß treibt ihr Unwesen zum Gaudium der Leute und der Kinder und der Bettelmann wird vom Tod geholt, weil er

*das sündige Leben nicht lassen kann. Mit dem Takt der geißelschnal-
zenden Strohschab und den gabenreichenden Heiligen findet der Ni-
kolotag, wie die Steirer sagen, in Tauplitz sein Ende. (HR vom
07.12.2014)*

Krampus:

*Nikolaus und Kramperl ist vorbei und jetzt ziehen die Wohlgerüche
durch das Haus, nicht. Weil mit den Kramperln verbindet man ja eher
so einen unguten Geruch, nicht. Das Teuflische. Und und und der
Gankerl, wie die Bayern sagen, der Gankerl ist ja der Kramperl und da
gibt es auch interessanterweise so einen Ausdruck, wenn irgendein
Fett, bei den Bauern früher, schlecht geworden ist, dann haben sie
gesagt: „Das ist der Gankerl.“, weil es schlecht geschmeckt hat. (HR
vom 07.12.2014)*

Perchtenlauf:

*Ja, das Klosn, gell. Das weiß man bei uns nicht so. Und in dem Klosn,
in dem Wort drinnen, ist der Klaus, der Nikolaus und da im Vinschgau
in Stilfs gibt es den Brauch und da kommen so mit dem Nikolaus Ge-
stalten daher, die so bei uns wie die, wie die Perchten ausschauen.
Und die Bevölkerung, vor allem die Mädchen, schauen natürlich, was
da los ist und das ist für die auch, wie überall, die dann hin kommen
und dann packt er sie so an und schüttelt das und da meint man, das
ist was Gefährliches, dabei will der das Ungute heraus beuteln. (HR
vom 07.12.2014)*

Weihnachtslieder:

*Ganz genau, das ist bei den Weihnachts- und Adventsingern immer,
da spürt man auch von den Leuten ganz stark, dass sie wirklich das
aufnehmen und und bereit sind, die weihnachtliche Musik zu erleben
und zu spüren. (HR vom 30.11.2014)*

Weihnachtsgedichte:

„Woidbam dand rauschn, wauns Lab obafoid. Se bleim si gleich, eana

Gwandl is oid. Kemmans um'd Axn fian Kraunz, fian Strauß, ziagn z'Ollersön d Totenruah aus. Hängt a im Woid oft a Kranzl am Stamm, a Kreiz und a Büd, an Hoizknecht sei Naum. Da Woid is voi Ruah, gib eam d'Ewig dazua.“ (HR vom 14.12.2014)

Weihnachtsgeschichten:

Naja, es ist ja so gewesen auch, nicht, weil es heißt ja in den Krippengeschichten auch, wenn man an die vom Waggerl denken, nicht, dass also da eine Lücke war... (HR vom 21.12.2014)

Krippenkunst:

Langsam bricht der Abend herein, im inneren Almtal. Bei Familie Hageneder beginnt man bereits mit dem Kripperl aufstellen, damit zu Weihnachten alles perfekt ist. (ZzN vom 14.12.2014)

Entwicklung/Geschichte/Ursprung:

Der Brauch, das ist ein uralter heidnischer Brauch. Angefangen hat er 1639 haben sie gesagt. Da ist mal eine Aufzeichnung da, wo es schon erwähnt worden ist. Aber geben tut es ihn schon länger, der ist uralt. Und später ist dann, ich weiß nicht wann, dann das Christentum ist hald daher gekommen und seit dem ist der Nikolaus dann dabei, läuft der Nikolaus mit. Sonst waren die Buttnmandln immer alleine unterwegs. Die Loipler und die, die sind als erstes gelaufen. (HR vom 07.12.2014)

andere (Weihnachtsbräuche):

Wir spielen heute den bäuerlichen Jedermann. Das heißt, der Bettler kommt und bereut und beichtet seine Sünden, ähm, wird aber dann doch wieder rückfällig und dann, nachdem er keine Besserung verspricht, wird er hald vom Sensenmann, vom Tod, in das Jenseits befördert. (HR vom 07.12.2014)

7.1.1.2 Ankerbeispiele Handwerk

Die Kategorie *Handwerk* umfasst die Unterkategorien *Berufsalltag*, *Zusam-*

menarbeit im Betrieb, Service, Utensilien/Geräte/Werkzeuge, Geschichte des Handwerks, Werkstatt, Fabrik, Geschäft, Landwirtschaft und andere. Die Unterkategorie andere wurde geschaffen, um eventuell auftauchende, das Handwerk betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in der Analyse erfassen zu können. Im Rahmen der Analyse wurde keine Inhaltsanalyseeinheit identifiziert, die in diese Unterkategorie fallen würde. Der Vollständigkeit halber wurde sie aber im Kategoriensystem beibehalten.

Berufsalltag:

Also ich stehe um halb sechs auf, bereite dann das Frühstück vor für die Familie. Um sechs wird gefrühstückt und dann bin ich im Grunde genommen von spätestens halb acht bis circa 21 Uhr in der Produktion. Ja, es ist stressig, aber es ist schön, weil natürlich ich habe das Hobby zum Beruf gemacht und somit sehe ich das nicht als Arbeit, sondern ich sehe es als nette, anstrengende zwar, aber extrem nette und interessante Beschäftigung und nicht so richtig als Arbeit. Ähm, das ist der große Vorteil bei mir. (ZzN vom 07.12.2014)

Zusammenarbeit im Betrieb:

Sowohl Mama Silvia, als auch Tochter Sandra und Sohn Alex arbeiten alle mit im Familienbetrieb. (ZzN vom 07.12.2014)

Service:

Und natürlich geht Valerie auf individuelle Wünsche oder Bedürfnisse ihrer Kunden ein. (ZzN vom 30.11.2014)

Utensilien/Geräte/Werkzeuge:

Eine historische Fundgrube ist der Dachboden, wo das alte Inventar untergebracht ist. Valeries Vater hat die Apotheke in den 80er Jahren modernisiert und ausgeräumt. Unter den vielen leeren Flaschen sind auch noch wahre Schätze. Eine Dose mit Drachenblut zum Beispiel. (ZzN vom 30.11.2014)

Geschichte des Handwerks:

Einen wirksamen Gehörschutz gab es für die Sensenschmiede von damals nicht. (ZzN vom 14.12.2014)

Werkstatt:

Am späten Vormittag in Sierning im Bezirk Steyr Land. Hier im Elternhaus hat sich Christian Edelmayr eine kleine Werkstatt eingerichtet. In aller Ruhe und mit viel Feingefühl fertigt der 55-Jährige Lampen aus Achatsteinen. (ZzN vom 07.12.2014)

Fabrik:

Jährlich rund 15.000 Stück solcher Bestecke fertigt Thomas alleine in seiner kleinen Fabrik. Nachfolger hat er bis heute keinen gefunden. (ZzN vom 07.12.2014)

Geschäft:

Die Apotheke am Judenburger Hauptplatz zeigt ihr wahres Alter erst im Innenhof. Dort sind Säulengänge, Kreuzgewölbe und Türrahmen aus dem 17. Jahrhundert noch gut sichtbar. Damals wurden in der ganzen Steiermark die sogenannten Landschaftsapotheken errichtet. (ZzN vom 30.11.2014)

Landwirtschaft:

Lampale schleck schleck schleck schleck. Meiiiiiii. Lampale, schleck, schleck. Lampa, Lamm, Lampa und „leck leck“, das ist der Getreideschrot. Lampaleckileckileck. (ZzN vom 21.12.2014)

7.1.1.3 Ankerbeispiele (Natur-)Produkt

Die Kategorie (Natur-)Produkt umfasst die Unterkategorien Gewinnung/Ernte, Vorkommen, Verarbeitung, Herstellung, Merkmale/Eigenschaften, Funktion/Wirkung, Anwendung/Verwendung, Geschmack/Duft des (Natur-)Produkts, Design/Ideenfindung, Verkauf, Materialien/Inhaltsstoffe, Geschichte des (Natur-)Produkts, Regionalität, Auszeichnungen, Alleinstellungsmerkmal, Spezialanfertigungen und andere. Wie der Name schon sagt, zielt die Kategorie zum einen auf für den Verkauf gefertigte Produkte ab, die während der

Sendung und/oder von den handelnden Personen hergestellt werden und zum anderen auf Produkte, die in der Natur vorkommen. Die Unterkategorie *andere* wurde geschaffen, um eventuell auftauchende, ein (Natur-)Produkt betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in der Analyse erfassen zu können.

Gewinnung/Ernte:

Die eigentliche Zirbenernte ist im Laufe des Sommers, so lange die Früchte unreif und saftig sind. Im Herbst sind die Zapfen hart und verholzt, tragen aber die reifen Kerne in sich, die zur Aufzucht benötigt werden und als Nahrung dienen. (ZzN vom 30.11.2014)

Vorkommen:

Und die Bohnen kommen alle aus Südamerika? (ZzN vom 07.12.2014)

Verarbeitung:

Nur wenige Kilometer die Alm entlang, in Scharnstein, ist Maria Hageneder zuhause. Die kleine rote Frucht namens Hagebutte, die standhaft dem nahenden Winter trotz, liegt Maria besonders am Herzen. Denn ihre Vielseitigkeit ist unübertroffen. Marmelade, Tee, Schnaps und noch viel mehr wird daraus gemacht. Sogar die Kerne kann man mit dem richtigen Know How verarbeiten. Zu Hagebuttenkaffee. (ZzN vom 14.12.2014)

Herstellung:

Da haben wir ein Model dafür, nicht, gell. Jetzt fange ich einmal an mit dem Figuren machen, ähm, schnitzen. Jetzt bis ich beim Schnitzen wieder ein Bissl eine Praxis habe, vergeht wieder, da bist du ganz ungeschickt zuerst. (HR vom 21.12.2014)

Merkmale/Eigenschaften:

Wollwachs ist gereinigtes Wachs, das Fett aus Schafwolle. Das hat ganz besondere, gute Eigenschaften. Das ist ein Fett, das sich gleichzeitig mit Wasser gut mischen lässt und dadurch ist es ideal für zur

Herstellung von Salben. (ZzN vom 30.11.2014)

Funktion/Wirkung:

Zellerneuernd, heilend, wundheilungsfördernd und eben auch hautberuhigend. (ZzN vom 30.11.2014)

Anwendung/Verwendung:

Viel zu sagen gibt es aber zur Hagebutte. Denn die entpuppt sich im Laufe dieses Tages als äußerst vielseitig. (ZzN vom 14.12.2014)

Geschmack/Duft des (Natur-)Produkts:

Wenn man sich als Kind vorstellt, wie der Märchenwald riecht – so riecht er. (ZzN vom 30.11.2014)

Design/Ideenfindung:

Gibt ja viel Krippenliteratur und da nehmen wir uns hald das heraus, gell. Ja, oder wie es da ist, bei den Schafen, das ist ja auch so etwas ähnliches. Da wird auch einmal ein Schaf daraus, aus der Geschichte, gell. Dann schaut es hald so aus nachher, nicht, gell. (HR vom 21.12.2014)

Verkauf:

Ein Stück weiter hat Gerhard sechs Jahre alte Jungzirben stehen. Sie werden an Gartenbesitzer in ganz Österreich verkauft. (ZzN vom 30.11.2014)

Materialien/Inhaltsstoffe:

Für seine Zirbenfüllfeder sucht Harry aber kein perfektes Holz, wie es Tischler gerne verwenden. Eher das Gegenteil davon. (ZzN vom 30.11.2014)

Geschichte des (Natur-)Produkts:

Ein Schnitt ist hald ein Schnitt. Und wie die, wie die Bauern umgestellt haben auf Mähwerke und so, da hat es auch die Kühe gegeben, die haben dir das nicht gefressen. Der hat mit der Sense ein Futtergras mähen müssen, das haben sie dann gefressen. (ZzN vom

14.12.2014)

Regionalität:

Ein Hammer, das kann nur gut werden. Du, sag, die ganzen Produkte, soweit es möglich ist, beziehst du auch aus der Region. (ZzN vom 07.12.2014)

Auszeichnungen:

Landessieger, ja. Wir sind mehrmals schon Landessieger gewesen, ja. (ZzN vom 07.12.2014)

Alleinstellungsmerkmal:

Was macht deine Confiserie so besonders, dass du damit auch so erfolgreich bist, dass man das so in aller Herren Länder verkaufen kann? (ZzN vom 07.12.2014)

Spezialanfertigungen:

Ja, also es gibt natürlich schon Kundenwünsche. Was eine Spezialität von uns ist, sind natürlich auch Auftragsarbeiten, wo die Rezeptur dann gesperrt ist. Zum Beispiel Fürst Schaumburg-Lippe eine Hirschschinkenschokolade. (ZzN vom 07.12.2014)

andere ((Natur-)Produkt):

Es ist immer wieder schön, wenn man wem ein Messer macht und dem überreicht man das Messer und man sieht, was der für eine Freude hat damit eigentlich und wie er das in Ehren hält. Das ist halt doch eine Sache, die was bleibt dann, nicht. Hoffen wirs, dass es passt. So wäre es fertig jetzt. (ZzN vom 14.12.2014)

7.1.1.4 Ankerbeispiele Traditionelle Kleidung

Die Kategorie *Traditionelle Kleidung* umfasst die Unterkategorien *Tracht*, *Leuderhose*, *Gamsbart* und *andere*. Auch hier wurde die Unterkategorie *andere* geschaffen, um eventuell auftauchende, traditionelle Kleidung betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in der Analyse erfassen zu können.

Tracht:

Also eine Tracht ist etwas Gewachsenes im Bezirk. Das, was eigentlich einen ganz einen langen Rückblick hat, 200 Jahre zum Teil und das, was sich immer wieder natürlich der Mode angepasst hat. Das ist ja nicht so, dass man das alte nur so übernimmt und ein Dirndl ist etwas Modernes, was gerade aktuell ist, was gerade fein getragen wird, ist der Mode unterworfen. (ZzN vom 21.12.2014)

Lederhose:

Das ist schon ein altes Stück, das habe ich schon 35 Jahre. Hab ich seit ich 17 bin ich mir das machen lassen und ist Gott sei Dank mitgewachsen mit mir eigentlich allerweil. Ja, also eine Lederhose, wie man sie bei uns trägt. Die Salzburger haben die Naht hinten so herüber, quer herüber und bei uns geht die gerade durch. Was auch noch ein wenig ist, ist dass das Ausgenähte in der Seite ist hald im Salzkammergut hauptsächlich grün ausgenäht und je nachdem, wie viel es ausgenäht ist, gibt es hald dann Unterschiede. Das heißt, eine dreinahtige, eine fünfnahchtige, siebennahchtige Hose, ist ganz verschieden, ist Geschmackssache und ein wenig vom Geldbeutel eine Geschichte ist das auch. (lacht) Ja, jetzt, das ist schon relativ weit fortgeschritten, muss ich das jetzt noch hinten rund schleifen, das eben schleifen wieder, dass das Muster wieder gescheit heraus kommt und nachher gehört es noch poliert und dann wäre es eigentlich fertig. (ZzN vom 14.12.2014)

Gamsbart:

Da werden circa 100 bis 150 Haare in ein Büschel hineingebunden und aus diesen Büscheln entsteht dann so ein Gamsbart. Wenn ich sie zählen müsste, bräuchte ich einen Doktor, aber einen Nervenarzt. Nein, das habe ich im Gefühl. Das ist einfach, das sehe ich. Das sind ungefähr, das weiß ich genau, das sind ungefähr, ähm, 140 Haare. Weil eines habe ich einmal gezählt, Haar für Haar, das habe ich mir

angetan, aber kein zweites Mal nicht mehr. Und jedes Mal ist geordnet, stoßen sagt man da, im Glas, dass das ganz eben ist unten. Desto schöner die Büscheln, desto schöner wird der Bart. Weil beim Zusammenbinden, da kannst du, ein Arzt hat mir einmal gesagt, mit den Augen, mit einem gesunden Auge, kannst du einen zehntel Millimeter feststellen. (ZzN vom 21.12.2014)

andere (Traditionelle Kleidung):

Auch wieder das weiße Hemd und die Krawatte und für den Winter haben wir eben da speziell ein Cape, weil es natürlich auch kalt oft ist in der Kirche. (HR vom 30.11.2014)

7.1.1.5 Ankerbeispiele Porträt

Die Kategorie *Porträt* umfasst die Unterkategorien *Familie, Vorfahren, Kindheit, Wohnung/Haus, Hobbies, Fähigkeiten, Lebenseinstellung, Werdegang, Assoziation zu Weihnachten, Vorstellung, Haustiere* und *andere*. Die Unterkategorie *andere* dient als Auffangbecken für eventuell auftauchende, das Porträt betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in der Analyse.

Familie:

Also ich habe in Linz gearbeitet und war einmal ein Wochenende mit meinem Bruder da im Kremstal. Ja und das war hald ein sehr feuchtfrohlicher Abend und da habe ich meinen Mann kennengelernt. Und, ja, es war einfach ganz lustig, Liebe auf den ersten Blick und ja und seit dem bin ich da in Kirchdorf. (ZzN vom 07.12.2014)

Vorfahren:

Gerhards Urgroßvater war Industrieller und hatte auf dem Gelände eine Ziegelei, eine Holzwollefabrik und ein Sägewerk errichtet. Letzteres hielt sich bis in die 90er Jahre, als es von Gerhard schließlich in ein Gartencenter umgewandelt wurde. Bauliche Reste sind bis heute erhalten geblieben. Gut erhalten ist auch die Friaulische Villa, die

gleich neben Gerhards Wohnhaus steht. (ZzN vom 30.11.2014)

Kindheit:

Ein Relikt habe ich noch von der Lawine und das ist ein Puppenwagerl. Das Puppenwagerl ist zur Hälfte kaputt gewesen mit der, durch die Lawine, aber mein Vater hat es bald dann zusammengeflickt. Aber ich habe mein Puppenwagerl wieder gehabt. Das habe ich heute noch. (ZzN vom 21.12.2014)

Wohnung/Haus:

Jetzt seid ihr da in dem Haus so seit dem 85er Jahr. (HR vom 14.12.2014)

Hobbies:

Ein herrlicher Herbstnachmittag im Almtal. Franz Amering ist gerade auf dem Weg in seine Werkstatt, um sich seinem jüngsten Hobby, dem Messer machen zu widmen. (Zzn vom 14.12.2014)

Fähigkeiten:

Ich habe von klein auf das Talent mitbekommen, dass ich diese nicht sichtbaren Welten wahrnehmen kann. Ähm, ich sehe das jetzt alles nicht sonderlich gut, sondern ich spüre das mehr. (ZzN vom 07.12.2014)

Lebenseinstellung:

Ähm, mir ist das einfache Leben wichtig, also mir ist wichtig, dass ich mit dem, was ich da so habe, und mit dem, was ich wirklich auf einfache Art und Weise umsetzen kann, auch glücklich bin. Also das ist für mich auch irgendwo Tradition, wenn ich mir denke, dass, ähm, dass die kleinen Dinge im Leben lebendig sind und eigentlich mein Lebensinhalt sind. (ZzN vom 07.12.2014)

Werdegang:

An den Beruf des Märchenerzählers hat sich Helmut über Umwege herangetastet. Als Fremdenführer, Buchhändler, Filmvorführer und

Werbetexter. (ZzN vom 14.12.2014)

Assoziation zu Weihnachten:

Wie ist denn das für euch so, die Adventzeit? Schon auch noch etwas Besonderes? (HR vom 14.12.2014)

Vorstellung:

Ja, zwei Hände und kräftige noch dazu braucht auch der oberösterreichische Bildhauer Meinrad Mayrhofer, der in Haag am Hausruck mit der Kettensäge dem Weihnachtswunder nachspürt. (HR vom 21.12.2014)

Haustiere:

Der in die Jahre gekommene Hund Baldo wartet mittlerweile schon sehnsüchtig auf den täglichen Ausflug in den hauseigenen Wald. Denn der Jäger und Forstwirt Franz verbringt hier viel Zeit. (ZzN vom 14.12.2014)

andere (Porträt):

Nachdem Hubert nur einen Steinwurf vom Sensenmuseum entfernt wohnt, steht es für ihn immer offen. Sonst arbeitet er in seiner eigenen kleinen Sensenwerkstatt, um die abgenutzten Sensen zu dengeln. Seit seiner Pensionierung ist Hubert nun auch Sensenlehrer. Die leidenschaftliche Liebe zur Sense wird wohl nie vergehen. (ZzN vom 14.12.2014)

7.1.1.6 Ankerbeispiele Rezepte

Die Kategorie *Rezepte* umfasst die Unterkategorien *Zutaten*, *Zubereitung*, *Geschmack/Duft des Rezepts*, *Spezifika des Rezepts*, *Verzehr*, *Geschichte des Rezepts* und *andere*. Die Kategorie zielt auf jene Rezepte ab, die während der Sendung zum direkten Verzehr und nicht zum Verkauf zubereitet werden. Deshalb gehört auch die Herstellung von Pralinen in der Zurück zur Natur Folge vom 7. Dezember 2014 nicht zu den Rezepten, sondern zur Kategorie *(Natur-)Produkt*, da es um die Herstellung für den Verkauf geht und

nicht um die Vorstellung eines Rezepts im eigentlichen Sinn. Die Unterkategorie *andere* wurde geschaffen, um eventuell auftauchende, Rezepte betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in der Analyse erfassen zu können.

Zutaten:

Die weihnachtlichen Hagebuttenkekse werden mit einem einfachen Keksteig aus Mehl, Zucker, Ei und Butter gemacht. Dazu noch ein wenig Backpulver und Zitronenschale. So steht es in Marias handgeschriebenem Kochbuch. (ZzN vom 14.12.2014)

Zubereitung:

Wenn man einen Heidensterz vorbereitet, gekocht, damit er schön bröckelt, dann nimmt man eine Pfanne, erhitzt sie mit reichlich Schweineschmalz und gibt dann den Heidensterz hinein und röstet ihn. Die Grammeln kommen dann hinterher beim Anrichten werden sie drüber gegossen und serviert. (ZzN vom 21.12.2014)

Geschmack/Duft des Rezepts:

Mhm. Ihr habt ausgezeichnet gekocht. (ZzN vom 30.11.2014)

Spezifika des Rezepts:

Die Zwieballen, die man nur im Almtal kennt, werden hier am Ameringhof noch ganz nach alter Tradition gebacken. (ZzN vom 14.12.2014)

Verzehr:

Für einen ganzen Zwieballen auf einmal essen muss man schon einen ganz guten Hunger haben, sage ich einmal und so kann man einen Teil einmal essen zur Jause und das andere hald dann Mittag, ohne dass das irgendwie angebissen wäre oder sonst was. (ZzN vom 14.12.2014)

Geschichte des Rezepts:

Wie auch die Nahrung der damaligen Zeit in den Tiroler Alpen. Nur

Butter, Milch und Mehl waren am Berg reichlich vorhanden und wurden so unter ständigem Rühren zu einem deftigen Melchermuas verarbeitet. Heutzutage wird es mit Preiselbeeren und Zucker verfeinert. (ZzN vom 21.12.2014)

andere (Rezepte):

Und der Gerhard wird in Zukunft öfter kochen. (ZzN vom 30.11.2014)

7.1.1.7 Ankerbeispiele Musik

Die Kategorie *Musik* umfasst die Unterkategorien *Chor*, *Singgemeinschaft*, *Musikschule*, *altes Liedgut*, *Auftritte/Konzerte* und *andere*. Die Unterkategorie *andere* dient als Auffangbecken für eventuell auftauchende, Musik betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in der Analyse.

Chor:

Ja, eine ganz eine eingeschworene Gemeinschaft, lustige junge Menschen. Ist eine Freude. Wie alt ist man denn, wenn man anfängt? (HR vom 30.11.2014)

Singgemeinschaft:

Und wie ist das gekommen, dass ihr gesagt habt, jetzt müsst ihr mit der Helga singen oder möchtet? (HR vom 14.12.2014)

Musikschule:

Schön, bravo. Das wird. Auswendig ist mir noch lieber, dann freue ich mich sehr auf das Weihnachtsoratorium. (HR vom 30.11.2014)

altes Liedgut:

Freilich. Weil man überall natürlich so jemanden braucht, der die Lieder singen kann. Ähm, es gibt jetzt diese Salzburger Lieder- und Jodlerschatztruhe mit 550 Liedern. Wir werden die im Advent durch das eh begleiten, morgen gleich schon wieder aus dem Winterstellgut. Poldl, das ist auch ein Lied daraus. (HR vom 14.12.2014)

Auftritte/Konzerte:

Es ist natürlich eine Ehre, mit solchen Schauspielern auf der Bühne zu stehen. Also das war schon lässig. (ZzN vom 30.11.2014)

andere (Musik):

Wenn man weiß, dass das ein sehr gastliches Haus ist, dass man her kommen kann, nachfragen um ein Lied. Man kann auch gleich singen wahrscheinlich, wenn wer herein kommt, nicht? (HR vom 14.12.2014)

7.1.1.8 Ankerbeispiele Einheimische

Die Kategorie *Einheimische* umfasst die Unterkategorien *Heimatverbundenheit*, *Mentalität*, *Redewendungen* und *andere*. Die Unterkategorie *andere* bezieht eventuell auftauchende, Einheimische betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in die Analyse mit ein.

Heimatverbundenheit:

Ja, ich glaube, dass schon in Molin Tradition sehr hoch gehalten wird, weil einfach das Zusammengehörigkeitsgefühl glaube ich in so einem Tal schon noch da ist. (ZzN vom 07.12.2014)

Mentalität:

Wir sind kein Tal der Gesetzlosen, sondern wir sind ein offener Mix und hier findest du alle Nuancen von Menschen. (ZzN vom 07.12.2014)

Redewendungen:

Also wir sagen nicht Grünau herinnen, sondern wir sagen Greana. Und wir sind nicht die Grünauer, sondern wir sind die Greanecha. (ZzN vom 14.12.2014)

andere (Einheimische):

So machen sie die Krippen. Und, und ja, das mögen die Leute hald, nicht? Es ist ja sicher Kulturgut bei uns auch, nicht? (HR vom 21.12.2014)

7.1.1.9 Ankerbeispiele Region

Die Kategorie *Region* umfasst die Unterkategorien *Landschaftliche Besonderheiten*, *Berge*, *Tiere*, *Sagen/Mythen*, *Regionsvorstellung*, *Nationalpark*, *Tradition* und *andere*. Die Unterkategorie *andere* bezieht eventuell auftauchende, die Region betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in die Analyse mit ein.

Landschaftliche Besonderheiten:

Diese Pyhrn-Eisenwurzten, wie wir es hier nennen, das ist schon ein Traum hier bei uns. Du bist sofort am Berg, du bist sofort beim Skifahren, du bist sofort im Salzkammergut, also das ist schon... (ZzN vom 07.12.2014)

Berge:

Auch der Zirbitzkogel, der Hausberg, wurde nach ihr benannt. Und ist bei weitem nicht das einzige höhere Ausflugsziel in der Gegend. (ZzN vom 30.11.2014)

Tiere:

Das ist das Urpferd, ja. Das richtige Urpferd von dem alle anderen Pferde abgezüchtet worden sind. Und sind die besten Mitarbeiter im Nationalpark. (ZzN vom 21.12.2014)

Sagen/Mythen:

Der 54-jährige Märchenerzähler Helmut Wittmann kennt hier zu jedem Plätzchen eine Geschichte mit Zwergen, Elfen oder Geistern, die heute noch hier ihr Unwesen treiben sollen. Eine der jüngsten kuriosen Überlieferungen handelt vom Senn der Kasbergalmhütte. (ZzN vom 14.12.2014)

Regionsvorstellung:

Das Traunviertel in Oberösterreich. Die kalte Jahreszeit hat sich über den Bezirken Gmunden, Kirchdorf, Steyr Stadt und Land ausgebreitet. (ZzN vom 07.12.2014)

Nationalpark:

Es ist ganz wichtig, damit sie das Schilf eigentlich zurück drücken und die Steppe wieder zum Vorschein kommt. Das ist das Wichtige daran. (ZzN vom 21.12.2014)

Tradition:

Durchgeräuchert wird immer wieder. Ähm, ganz praktisch zum Beispiel auch in der Grippezeit. Wenn jetzt wirklich die Ansteckung naht, dann kann man mit Wacholder durchräuchern, das hat man auch früher in die Krankenhäuser gemacht, einfach um die Keime abzutöten und abzuwehren. (ZzN vom 07.12.2014)

andere (Region):

Während die beiden Männer den Berg hinter sich lassen, beginnt der Tag im Zirbenland. (ZzN vom 30.11.2014)

7.1.1.10 Ankerbeispiele Kunst & Handarbeit

Die Kategorie *Kunst & Handarbeit* umfasst die Unterkategorien *Skulpturen*, *Klöppeln*, *Spinnen* und *andere*. Die Unterkategorie *andere* bezieht eventuell auftauchende, Kunst & Handarbeit betreffende, aber nicht in die bestehende Einteilung passende bzw. nicht zuordenbare Elemente in die Analyse mit ein.

Skulpturen:

Das stammt von einem Schlosserschmied aus Braunau. Er hat es genannt „Frei, endlich frei“. Ich habe damals gedacht, für unser Alter können wir sowas brauchen, für unsere Aufrichte. (HR vom 14.12.2014)

Klöppeln:

Die Königsdisziplin der Handarbeit ist das Klöppeln. Durch das Drehen und Kreuzen der Fäden, hier aus feinsten ägyptischen Baumwolle, entsteht ein aufwendiges Muster. (ZzN vom 21.12.2014)

Spinnen:

Wenn ich nicht gesponnen habe im Winter, ein paar Strähnen, ähm,

kommt mir vor, ist kein Winter. (ZzN vom 21.12.2014)

andere (Kunst & Handarbeit):

Da traut man sich ja gar nichts nachher nehmen, wenn man was braucht. Weil man wieder ein Kunstwerk zerstört. (HR vom 14.12.2014)

7.1.1.11 Ankerbeispiele Moderatorenrolle

Die Kategorie *Moderatorenrolle* bezieht sich nicht auf den Inhalt des gesagten, sondern auf die Rolle, die der Moderator oder Off-Sprecher im Rahmen einer Wortmeldung einnimmt. Sie umfasst die Unterkategorien *Lenker*, *Erzähler*, *Fragensteller*, *Kommentator*, *Helfer*, *kein Moderator* und *andere*. Sie zielt rein auf die Wortmeldungen der Moderatoren Maggie Entenfellner, Bertl Göttl und Christina Braunauer (ausschließlich in einer Szene während der Hoagascht Raritäten Folge vom 07.12.2014, in der sie als Moderatorin und nicht als Gast auftritt) ab bzw. auf jene der Off-Sprecher der beiden Sendungen (im Falle von Hoagascht Raritäten Bertl Göttl selbst). Die Unterkategorie *andere* wurde geschaffen, um Wortmeldungen, im Rahmen derer die Moderatorenrolle keiner bestehenden Reduktion 1 zuordenbar ist, trotzdem in der Analyse erfassen zu können. Im Rahmen der Analyse wurde keine Inhaltsanalyseeinheit identifiziert, die in diese Unterkategorie fallen würde. Der Vollständigkeit halber wurde sie aber im Kategoriensystem beibehalten. Alle Wortmeldungen, die nicht von den oben genannten Personen stammen, werden mit *kein Moderator* codiert.

Lenker:

Schauen super aus, unsere Strudeln. Und jetzt geht's an die Knödel, an die Mostknödel nämlich. (ZzN vom 07.12.2014)

Erzähler:

Über 400 Jahre lang wurde an diesem Hammer gearbeitet. Das monströse Gerät musste kaum verändert werden. (ZzN vom 14.12.2014)

Fragensteller:

Was haben wir da? Ranti-Putanti, was ist das? Das kenne ich gar nicht. (ZzN vom 21.12.2014)

Kommentator:

Ja, aber darum, darum sind sie eben so wirklich lieb. (HR vom 21.12.2014)

Helfer:

Gut, soll ich schon umrühren? (ZzN vom 21.12.2014)

7.1.2 Das Sequenzprotokoll

Ein Sequenzprotokoll erfasst einen gesamten Film in seiner Zusammensetzung aus einzelnen Sequenzen. Unter einer Sequenz versteht man eine Handlungseinheit, die zumeist mehrere Einstellungen umfasst und die durch einen Ortswechsel, eine Veränderung der Figurenkonstellation oder eine Veränderung der Erzählzeit endet. (vgl. Hickethier, 2012, S. 37) Hickethier versteht das Sequenzprotokoll als Orientierungshilfe „[...] über den Gesamtaufbau des Films [...]“, die „[...] einen Überblick schaffen und damit die weitere Auseinandersetzung des Analysierenden mit dem Film erleichtern“ (Hickethier, 2012, S. 37) will.

In der durchgeführten Analyse wurde das Ende einer Sequenz so definiert, dass es mit einer Änderung der auftretenden Akteure einhergeht.

Das Sequenzprotokoll hält folgende Punkte fest:

- laufende Nummer der Sequenz
- Sequenzname (z.B. Intro, Handlungsstrang 1 etc.)
- Timecode (beschreibt den Startpunkt der Sequenz im Format hh:mm:ss)
- Handlungsort (Außen- und/oder Innenaufnahmen; Welche Orte kommen in der Sequenz vor?)

- auftretende Akteure (Welche Personen kommen in der Sequenz vor?) und Beschreibung des Geschehens in wenigen Sätzen
- Beschreibung der Sequenz in wenigen Sätzen

Durch die Form des kombinierten Analysebogens, in welchem sowohl die Sequenzen, als auch die einzelnen Wortmeldungen festgehalten werden, kann jederzeit nachgelesen werden, welche Wortmeldungen in einer bestimmten Sequenz angegeben wurden. Für das bessere Verständnis befindet sich im Anhang ein Auszug aus dem Analysebogen, in welchem der Aufbau ersichtlich ist.

7.2 Untersuchungszeitraum

Als Untersuchungszeitraum wurde die Vorweihnachtszeit zwischen 30. November und 21. Dezember 2014, also vom ersten bis zum vierten Adventssonntag, gewählt. Die Entscheidung für diesen Zeitraum fußt auf der Annahme, dass sich Brauchtumssendungen im Advent in ihrer Themenwahl besonders ähneln, was zu einer möglichst guten Vergleichbarkeit des Untersuchungsmaterials führt.

7.3 Untersuchungsmaterial

Entscheidend bei der Auswahl des Untersuchungsmaterials war, dass sowohl die zu analysierende ORF-, als auch die zu untersuchende Servus TV-Sendung ihren Fokus auf Volkskultur, Brauchtum und Tradition legt, über die gesamte Adventzeit 2014 wöchentlich ausgestrahlt wurde, mindestens fünfzig Prozent des Inhalts Österreichbezug aufweisen und dass sich beide in ihrem Aufbau und Ablauf ähneln. Eine gleich lange Sendungsdauer war keine Voraussetzung für die Auswahl.

Deshalb wurden als Untersuchungsmaterial alle vier Ausgaben der an den

Adventsonntagen ausgestrahlten Sendungen Zurück zur Natur (ORF 2) und Hoagascht Raritäten (Servus TV) herangezogen. Nach Sichtung des Programmangebots der beiden Fernsehsender fiel die Wahl deshalb auf diese Sendungen, da sie alle oben genannten Kriterien erfüllen. Eine detaillierte Beschreibung der Sendungen und der einzelnen Folgen ist den Kapiteln 7.3.1 und 7.3.2 zu entnehmen.

Anmerkung: Die Servus TV-Sendung Hoagascht wurde im Untersuchungszeitraum in zwei Formen ausgestrahlt: zum einen freitags als Hoagascht und zum anderen sonntags als Hoagascht Raritäten. Dieser Namenszusatz rührt daher, dass sonntags ausschließlich Folgen aus dem Hoagascht-Archiv gezeigt werden, wohingegen freitags sowohl Wiederholungen, als auch Neuausstrahlungen zu sehen sind. Obwohl also pro Woche zwei Folgen der Sendung zu sehen waren, wurde nur eine Folge in das Untersuchungsmaterial aufgenommen. Grund dafür ist, dass die Inhalte von Hoagascht bzw. Servus TV sich nicht nur auf Österreich, sondern auf den gesamten „Servus Raum“ konzentrieren (siehe auch Kapitel 4.4.1). Bei Hoagascht war es im Untersuchungszeitraum der Fall, dass zwei der vier ausgestrahlten Folgen ausschließlich Weihnachtsbräuche in Deutschland behandelten. Deshalb erfüllten sie das Kriterium, dass sich mindestens fünfzig Prozent des Inhaltes auf Österreich beziehen müssen, nicht. Bei Hoagascht Raritäten handeln drei Folgen komplett von österreichischen Bräuchen. Die Folge „Musikalisches Restlessen – Strohschab und Buttnmandl“ vom 7. Dezember 2014 zeigt zwar je einen Beitrag aus Deutschland und einen aus Südtirol, erfüllt aber trotzdem oben genanntes Kriterium des Österreichbezugs.

7.3.1 Zurück zur Natur

In Zurück zur Natur erkundet Moderatorin Maggie Entenfellner von Woche zu Woche verschiedene Gebiete innerhalb Österreichs. Der ORF ordnet die Sendung dem Ressort „Magazin“ zu. Entenfellner besucht und begleitet Menschen, die mit der Natur leben, ein althergebrachtes Handwerk ausüben, außergewöhnliche Hobbies haben oder sich mit unterschiedlichen Bräuchen beschäftigen, in ihrem Alltag. Die Moderatorin hilft in der Küche, geht bei der Arbeit zur Hand und bietet Einblicke in ein Leben fernab der Großstadt.

Zurück zur Natur befasst sich mit unterschiedlichen Regionen Österreichs und den Menschen, die in ihnen leben. Jede Folge behandelt einen Tag in ei-

nem bestimmten Gebiet und besteht aus vier Handlungssträngen. Diese werden nicht am Stück durch erzählt, sondern wechseln einander mehrmals ab und stellen den Tagesablauf dar. Durch die gesamte Sendung führt ein Off-Sprecher. Er leitet durch die Handlungsstränge und bildet eine Art Interviewpartner für die Protagonisten. Im Vorspann kommen eben diese bereits zu Wort und erzählen, was sie an ihrer Heimat und ihrem Leben dort schätzen. Die Themen der Folge werden angeteasert und den Zuschauern schmackhaft gemacht. Maggie Entenfellner ist Bestandteil eines Handlungsstranges, in den anderen tritt sie nicht in Erscheinung. Eben dieser Strang ist es auch, der die meiste Sendezeit einnimmt. Die Sendungsdauer beträgt circa 45 Minuten.

Im Gegensatz zu vielen anderen ORF-Sendungen ist Zurück zur Natur nicht auf Facebook vertreten.

Es folgt nun eine ausführliche inhaltliche Zusammenfassung des Untersuchungsmaterials. Die Handlungsstränge werden der besseren Übersicht halber nacheinander und nicht, wie in den Folgen ausgestrahlt, abwechselnd beschrieben.

7.3.1.1 *Zirbenland*

Folge vom: Sonntag, 30. November 2014, 17.05 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 43 Min. 28 Sek.

In dieser Folge geht die Reise durch das steirische Zirbenland. Im *Intro* (*Gesamtdauer: 1 Min. 47 Sek.*) äußern sich der Off-Sprecher und die Protagonisten der vier Handlungsstränge, Gerhard Frewein (Zirbenhandwerker), Michael Mayrhofer (Goldschmied), Valerie Odelga (Apothekerin) und Harry Pfeiffenberger (Drechsler), über die Mentalität der Zirbenländer, die Landschaft und die Verarbeitung der Naturprodukte.

Handlungsstrang 1 (Gesamtdauer: 16 Min. 30 Sek.): Gerhard Frewein (GF) ist Zirbenhandwerker. Nachdem er mit einem Helfer im Wald auf der Suche nach Zirbenzapfen war, erklärt er den Zuschauern Wissenswertes über die-

sen Nadelbaum. Er erzählt, dass zu dieser Jahreszeit nicht mehr viele Zapfen zu finden sind, da sie von den Tannenhähern als Futtermittel für den Winter gesammelt werden. Zurück in seinem Gartencenter trifft GF auf Maggie Entenfellner (ME). Er erklärt ihr, wie sie Zirben erkennen und von Föhren unterscheiden kann. ME ist überrascht, wie langsam Zirben wachsen und hört GF interessiert zu, während er über das Vorkommen des Nadelholzes, dessen Wachstum und die idealen Klima- und Bodenbedingungen spricht. Auf seinem Arbeitstisch hat GF die Zirbenzapfen von der letzten Ernte liegen. ME fühlt sich in ihre Kindheit zurück versetzt, als sie an den Zapfen riecht. „Wenn man sich als Kind vorstellt, wie der Märchenwald riecht – so riecht er“, schwärmt die Moderatorin. GF zeigt ihr daraufhin, dass man Zirbenzapfen nicht nur als Dekoration, sondern auch für Zirbenschnaps verwenden kann. Dazu werden diese in Scheiben geschnitten und mit Kornbrand angesetzt. In der nächsten Szene gesellt sich Dagmar Frewein (DF), die Ehefrau von GF, zu den beiden. Es geht an die Herstellung von Zirbenöl, das aus gekehltem Zirbenreisig gewonnen wird. GF erklärt, welche Menge Reisig für welche Menge Öl ausreichend ist und DF erzählt, wofür sie es verwendet. Der Off-Sprecher (OS) erklärt ergänzend, wie die Wasserdampfdestillation im Detail funktioniert, bevor er zur Familiengeschichte von GF übergeht und der Schauplatz zu einem alten Gebäude, der Friaulischen Villa, verlegt wird. Hier ist GF aufgewachsen. Er erzählt ME von seinen Vorfahren und der Entstehung des Hauses. Zurück an seinem Arbeitsplatz geht es mit der Herstellung des Zirbenöls weiter und GF erzählt über die Wirkung des Naturprodukts. Nun geht es vom Beruflichen zum Privaten über. ME ist bei Familie Frewein zuhause und steht mit GF in der Küche. Gemeinsam kochen sie Hirschragout mit kalt gerührten Preiselbeeren, ein typisches Gericht für die Gegend. GF erzählt von seiner Vorliebe für selbst erjagtes Fleisch und wie wichtig ihm die Qualität und Herkunft der verwendeten Produkte ist. Auch das Zirbenöl kommt bei diesem Gericht zum Einsatz. ME hilft tatkräftig mit und bereitet gemeinsam mit GF das erste mal in ihrem Leben Wild zu. Es erfolgt eine Einblendung, dass GFs Rezept unter tv.orf.at abrufbar ist. Während GF und ME

in der Küche stehen, sitzt DF in ihrem Nähzimmer. Sie stellt Zirbenpolster her, indem sie Stoffüberzüge mit Zirbenspänen füllt. DF und der OS erzählen über die Wirkung dieser kleinen Erzeugnisse. Zurück in der Küche finalisieren GF und ME ihr Gericht. Gemeinsam mit DF setzen sie sich an den Tisch, lassen den Tag und das, was ME über die Zirbe gelernt hat, kurz Revue passieren und genießen das Essen. Das Ende des Handlungsstranges ist gleichzeitig das Ende der Folge.

Handlungsstrang 2 (Gesamtdauer: 10 Min. 18 Sek.): Am Hauptplatz von Judenburg liegt die 500 Jahre alte Apotheke von Valerie Odelga (VO). Sie ist bereits in siebenter Generation in Familienbesitz. Es wird gezeigt, wie VO eine Nachtkerzenölcreme herstellt. Dabei erklärt sie, wofür die verschiedenen Inhaltsstoffe gut sind, wie die Creme wirkt und dass jederzeit individuell auf Kundenwünsche eingegangen werden kann. Sie erzählt aus ihrer Kindheit in dem alten Haus und wie sie schon früh mit dem Apothekerhandwerk in Berührung kam. Im Innenhof der alten Apotheke erzählt VO von der Geschichte des Gebäudes und warum es einst als Standort für eine Landschaftsapotheke ausgewählt wurde. Am Dachboden zeigt sie das alte Inventar, das nach der Modernisierung der Apotheke in den 1980er Jahren dort eingelagert wurde. Im Garten des Anwesens kommen VOs Mann und die beiden Kinder dazu. VO erzählt, dass noch heute die ganze Familie im Haus zusammenwohnt. Wieder im Inneren der Apotheke zeigt VO, wie sie auch die Zirbe in Salben, Badezusätzen, Tees oder Seifen verarbeitet. Während sie Seife herstellt, erzählt sie von den besonderen Eigenschaften der Zirbe.

Handlungsstrang 3 (Gesamtdauer: 11 Min. 4 Sek.): Michael Mayrhofer (MM) ist der Dorfjuwelier von Weißenkirchen. Er ist mit dem Fahrrad unterwegs, um Steine zu suchen, die er in seinen Schmuckstücken verarbeiten kann. Er findet in einem Bach einen kleinen Stein, der optisch Zirbenholz ähnelt und nimmt ihn mit. Der OS beschreibt die Landschaft, durch die MM mit seinem Rad fährt, als er sich wieder auf den Weg zurück zu seiner Werkstatt macht. Im Inneren dieser macht MM sich an die Arbeit, einen Anhänger aus dem

eben gefundenen Stein zu fertigen. Der Herstellungsvorgang wird in allen Schritten im Detail gezeigt und von MM und dem OS erklärt. MM erzählt von alten Tricks aus der Goldschmiedekunst und bietet einen Einblick in seinen Ideenfindungsprozess. Der erste Versuch, seine hergestellte Form mit Silber auszugießen, scheitert. „So schauen die weniger schönen Momente im Leben eines Goldschmieds aus“, meint MM und gönnt sich eine Pause, in der er von seinen edelsten Werken erzählt. Natürlich gibt er dem angefangenen Schmuckstück eine zweite Chance und nun klappt es auch mit dem Silberguss. Geschickt kreiert er noch einige liebevolle Details und während er dem Ganzen den letzten Schliff verleiht, erlaubt er den Zuschauern einen kleinen Einblick, wie er überhaupt zum Goldschmiedehandwerk gekommen ist.

Handlungsstrang 4 (Gesamtdauer: 3 Min. 49 Sek.): Harry Pfeifferberger (HP) ist Drechselmeister und hat sich auf die Zirbe spezialisiert. Früher in der Versicherungsbranche tätig, kam er zufällig zum Drechseln und stellt nun Schreibgeräten aus Holz und als besonderen Schatz die steirische Zirbenfüllfeder her. Für diese verwendet er kein perfektes, gleichmäßiges Holz, sondern jenes mit kleinen Fehlern, das jede Füllfeder zum Unikat macht. Die Zuschauer können HP in seiner Werkstatt beim Fertigen des Schreibgerätes beobachten. Der OS erklärt währenddessen, worauf der Drechselmeister besonders achten muss und welche Schritte die heikelsten sind. HP erläutert, dass für das Innenleben der Zirbenfüllfeder Materialien in verschiedenen Preisklassen verwendet werden können – von Chrom über Titan bis zu Gold. Die Funktion des frisch fertig gestellten Stücks wird überprüft und schon findet es seinen Platz in der Vitrine in HPs Verkaufsraum. Zufrieden verlässt der Drechselmeister sein Geschäft und geht nachhause.

Tatsächliche Abfolge der Handlungsstränge: Intro, 1, 2, 3, 1, 4, 2, 1, 3, 1, 4, 2, 1, 3, 1

7.3.1.2 Traunviertel

Folge vom: Sonntag, 7. Dezember 2014, 17.05 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 44 Min. 47 Sek.

In der Folge vom zweiten Adventsonntag 2014 werden die Zuschauer durch das Traunviertel geführt. Im *Intro* (*Gesamtdauer: 1 Min. 46 Sek.*) sprechen der OS und die Protagonisten der Folge, Heidi Enthofer (Kräuter-Schamanin), Christian Edlmayr (Lampenmacher), Thomas Schwarz (Besteckmacher) und Johannes Bachhalm (Chocolatier), über die Landschaft und die Traditionen im Traunviertel. Als Teaser werden die Handlungsstränge 1, 2 und 4 kurz angeschnitten.

Handlungsstrang 1 (*Gesamtdauer: 20 Min. 40 Sek.*): Johannes Bachhalm (JB) ist Chocolatier und lebt mit seiner Frau und den beiden Kindern in Kirchdorf an der Krems. Die Familie sitzt beim Frühstück und JB erzählt über seinen Tagesablauf und die Tatsache, dass er sein Hobby zum Beruf gemacht hat. Ehefrau Silvia (SB), die die Designs für die Verpackungen der süßen Erzeugnisse kreiert, Sohn Alexander (AB) und Tochter Sandra (SaB) arbeiten im Familienbetrieb mit. Im Anschluss verabschiedet JB sich von seiner Familie, um sich in der Produktion mit Moderatorin Maggie Entenfellner (ME) zu treffen. Dort angekommen erklärt er ihr den Weg von der Kakaobohne zur Schokolade und erzählt, wie er durch Zufall und familiäre Beziehungen an eine besonders exklusive Kakaosorte gekommen ist. Mit der Schokolade, die er aus dieser herstellt, wurde er bereits zum Weltmeister gekürt. Gemeinsam fertigen sie zwei Pralinenneuheiten. Für eine davon holen sie eine Zutat, den Apfelbirnenmost, direkt vom Produzenten ab. Regionalität wird bei den Zutaten, soweit möglich, groß geschrieben. Nebenbei erzählt JB von seinem Werdegang und von besonders ausgefallenen Kundenwünschen. Zurück im Hause Bachhalm erzählt SB, wie sie auf die Ideen für ihre Verpackungsdesigns kommt und wie sie ihren Mann vor 22 Jahren kennengelernt hat. Als sich der Tag dem Ende zu neigt, verkosten ME und JB die gemeinsam hergestellten Pralinen. Das Ende des Handlungsstranges ist gleichzeitig das Ende der Folge.

Handlungsstrang 2 (*Gesamtdauer: 10 Min. 30 Sek.*): In Dietach, im Bezirk

Steyr Land, lebt Heidi Enthofer (HE). Sie ist Kräuter-Schamanin und Kräuter-Pädagogin und hat, laut eigenen Aussagen, schon von Kindheit an die Gabe, nicht sichtbare Welten wahrzunehmen und zwischen den Welten zu vermitteln. Sie lebt nach dem keltischen Jahreskreis, mit all seinen Festen und Bräuchen. Auf ihrem Gang durch den Wald erzählt HE von den Heilkräutern, die die Natur anbietet. Sie sammelt Kräuter und Hagebutte und anhand einer Waldengelwurzpflanze, die sie unterwegs entdeckt, erklärt sie, wofür man die Wurzel verwenden kann und zeigt, wie sie vorsichtig ausgegraben wird. Zuhause bei HE wird gemeinsam mit Tochter Helene im eigenen Garten am Lagerfeuer ein Wurzeleintopf gekocht. Es wird eingeblendet, dass das Rezept unter tv.orf.at abrufbar ist. HE erzählt, warum sie vor zwanzig Jahren begonnen hat, sich mit Kräutern zu befassen und dass auch ihre Großmutter sich schon ausführlich mit Heilpflanzen und -kräutern beschäftigt hat. Am Nachmittag räuchert HE ihre Wohnräume aus. Danach macht sie sich daran, aus der im Wald geernteten Waldengelwurzpflanze einen Hustenbalsam herzustellen. Sie beschreibt die heilende Wirkung und erklärt, wie der Balsam angewendet wird. Auch dieses Rezept wird den Zuschauern unter tv.orf.at zur Verfügung gestellt. Zuletzt wird noch aus den gesammelten Hagebutten ein Hagebuttenlikör angesetzt. Während HE mit den Zutaten hantiert, erklärt sie Wissenswertes über die Inhaltsstoffe und die mystische Bedeutung der roten Früchte. Ihre Ausführungen werden immer wieder durch den Off-Sprecher ergänzt. Wie schon die beiden Rezepte davor, steht auch jenes für den Hagebuttenlikör online für die Zuschauer bereit.

Handlungsstrang 3 (Gesamtdauer: 6 Min. 15 Sek.): In Molln im Bezirk Kirchdorf an der Krems lebt und arbeitet Thomas Schwarz (TS). Der Besteckmacher stellt bereits in vierter Generation Messer, Gabeln und Löffel her. 15.000 Bestecke produziert er jedes Jahr alleine in seiner Fabrik. TS erzählt, wie seine Familie zu diesem Handwerk gekommen ist und wie er sich selbst über Umwege zu diesem Beruf entschieden hat. In der über 100 Jahre alten Fabrik kann man TS beim Herstellen der Messer-Rohlinge beobachten. Gabeln und Löffel bekommt er bereits als Rohlinge geliefert. Am Nachmittag, als die

Klingen der Messer sorgfältig geschliffen sind, werden die Hirschhorngriffe gefertigt, die aus Abwurfstangen aus der Region stammen. Heimat und Tradition sind es, die TS sehr am Herzen liegen.

Handlungsstrang 4 (Gesamtdauer: 5 Min. 36 Sek.): In Sierning im Bezirk Steyr Land hat sich Christian Edelmayer (CE) seine Werkstatt nicht außerhalb, sondern in seinem Elternhaus eingerichtet. Der 55-Jährige ehemalige Werkzeugmacher fertigt Lampen aus Achatsteinscheiben und Details aus Bernstein und Blumenglas, das früher in alten Küchenkästen verwendet wurde. Ergänzt durch Kommentare des OS erklärt und zeigt CE, welche Schritte bis zum fertigen Lampenschirm nötig sind. Von der magischen Wirkung seiner Lichtobjekte ist CE, der auf der Suche nach den schönsten Achaten schon bis nach Südamerika gereist ist, auch nach acht Jahren in seinem Beruf immer noch verzaubert.

Tatsächliche Abfolge der Handlungsstränge: Intro, 1, 2, 3, 1, 4, 2, 1, 3, 2, 1, 4, 1

7.3.1.3 *Das innere Almtal*

Folge vom: Sonntag, 14. Dezember 2014, 17.05 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 46 Min. 1 Sek.

In dieser Folge vom dritten Adventsonntag führt die Reise die Zuschauer durch das innere Almtal, im Besonderen nach Scharnstein und Grünau. Im *Intro (Gesamtdauer: 1 Min. 47 Sek.)* spricht der OS über die Schönheit des inneren Almtals im oberösterreichischen Salzkammergut und die Menschen, die in ihm leben. Ebenso kommen die Protagonisten der vier Handlungsstränge, Franz und Margarete Amering (Forstwirt und Bäuerin), Maria Hageneder (Kräuterexpertin), Hubert Weingärtner (Sensenschmied), Helmut Wittmann (Märchenerzähler) zu Wort und erzählen, wie viel ihnen ihre Heimat bedeutet. Drei der Handlungsstränge werden kurz angeteasert.

Handlungsstrang 1 (Gesamtdauer: 6 Min. 45 Sek.): Helmut Wittmann (HeW) ist Märchenerzähler. Er erzählt, wie das Almtal zu seinem Namen kam. Den

Almfluss entlang unterwegs, schwärmt er von der Klarheit des Wassers und berichtet, wie er zu seinem Beruf gekommen ist. Nicht nur am Wasser, auch am Berg ist HeW unterwegs. Um den Kasberg, den Hausberg der Grünauer, ranken sich viele Sagen. Eine davon gibt HeW zum Besten. Gerne sitzt der Märchenerzähler auf einem Felsen und genießt die Ruhe und den Ausblick. Ob auch ihm schon einmal Fabelwesen begegnet sind, darüber schweigt er lieber. Um bei Veranstaltungen mit mehr als 100 Teilnehmern auf eine neue Geschichte aufmerksam zu machen, bedient HeW sich gerne eines eigens für ihn angefertigten Horns, das er zu Beginn seiner Erzählungen bläst. Märchen ziehen sich durch das gesamte Leben des 55-Jährigen. Nicht nur seine Mutter hat ihm und den anderen Kindern gerne von den Naturgeistern und Fabelwesen erzählt – sogar seine Hochzeit fand auf einem Märchenfest in Kremsmünster statt. Nur wenige Monate später hatte er selbst seinen ersten Einsatz als Märchenerzähler.

Handlungsstrang 2 (Gesamtdauer: 15 Min. 59 Sek.): Maria Hageneder (MH) ist Kräutereexpertin und lebt mit ihrem Mann und ihren beiden Söhnen in Scharnstein. Sie hat eine besondere Vorliebe für die Hagebutte, die sie auch auf zahlreiche Arten verarbeitet. Sogar Hagebuttenkaffee macht die Kräutereexpertin. Aus den Kernen der roten Frucht, die geröstet, gemahlen und aufgebrüht werden, bereitet sie ihn zu besonderen Anlässen zu. Der Besuch von ME ist ein solcher. Gemeinsam mit dem Ehepaar Hageneder frühstückt die Moderatorin in der Stube und plaudert mit MH über die Hagebutte. Danach machen sie sich auf in die Natur, um selbige zu sammeln. Die Zuschauer erfahren viel Wissenswertes über die Frucht der Heckenrose und ihre Inhaltsstoffe und wann sie am besten geerntet wird. Wieder zurück im Haus von MH kommt beim Vorbereiten der Hagebutten für die weitere Verarbeitung die Sprache auf die Weihnachtszeit und im Speziellen auf das Kekse Backen. Gemeinsam bereiten MH und ME Hagebuttenkekse nach eigenem Rezept zu. Auch die Zuschauer können sich an dem Rezept, das im Internet unter tv.orf.at zur Verfügung gestellt wird, versuchen. Am Abend beginnen Martin und Maria Hageneder damit, ihre Krippe aufzustellen, um zu Weihnachten al-

les fertig zu haben. Sie erklären ME die liebevollen Details der sechs Quadratmeter großen Hauskrippe, die einen ganzen Raum einnimmt. Die Figuren wurden und werden selbst geschnitzt, die gesamte Szenerie von eigener Hand gebaut. Das Moos für die Krippe wird jedes Jahr bereits im Oktober frisch im Wald gesammelt und getrocknet und dann bei Zeiten die Krippe damit ausgelegt. ME hilft dabei, kleine Nadelbäumchen aus Moos zu fertigen. Zu Weihnachten geht es dann rund im Hause Hageneder. Denn in dieser Zeit kommen viele Kinder aus dem Ort und der Umgebung, um die Krippe zu besichtigen. Als die Krippe fertig hergerichtet ist, darf ME die kleine Jesuskind-Figur hinein stellen. Wieder an dem Tisch in der Stube vereint, an dem sie morgens gemeinsam gefrühstückt haben, werden die Hagebuttenkekse und selbst gemachter Hagebuttenlikör genossen.

Handlungsstrang 3 (Gesamtdauer: 11 Min. 19 Sek.): Am Hof der Familie Amering nahe dem Almsee wird eine regionale Spezialität gebacken: Zwieballen. Benannt sind sie nach ihrer Form, zwei aneinander liegenden kleinen Ballen. Bäuerin Margarete Amering (MA) stellt die Zwieballen in reiner Handarbeit her. Ihr Ehemann Franz (FA) hilft beim Formen und dabei, das Gebäck rechtzeitig in den Holzofen zu bekommen. Seit 29 Jahren machen die Amerings alle Arbeiten gemeinsam. Von der Hofarbeit über die Holzarbeit im Wald, bis hin zum Backen. Der Hof der Familie Amering ist einer der ältesten in Grünau. Seit dem 17. Jahrhundert ist er in Familienbesitz, erstmals urkundlich erwähnt wurde er bereits um 1000. Etwas später bricht FA mit seinem treuen alten Jagdhund in den Wald auf. Er erzählt von den gemeinsamen Jagdeinsätzen mit seinem treuen Begleiter und davon, dass durch das hohe Alter des Vierbeiners nun alles etwas langsamer gehen muss. Der Forstwirt erzählt, während die Zuschauer ihn durch den Wald begleiten können, was bei der Pflege des Waldes wichtig ist und erzählt, warum der traditionelle Wanderstock, der Stachesteckn, im Gelände so wichtig ist. Am Nachmittag zieht sich FA in seine Werkstatt zurück. Sein Hobby ist das Fertigen von Jagdmessern. Aus Abwurfstangen, die er selbst im Wald findet oder von befreundeten Jägern bekommt, macht er die Griffe, die Klinge wird durch

stundenlanges Schleifen perfektioniert. Seiner Meinung nach gehört in jede Lederhose ein ordentliches Messer. Und auch die Lederhose mit den, für das Salzkammergut typischen, Verzierungen darf natürlich nicht fehlen. Für FA ist es schön, mit einem fertigen Messer etwas weitergeben zu können, das bleibt und das von seinem Besitzer in Ehren gehalten wird.

Handlungsstrang 4 (Gesamtdauer: 10 Min. 11 Sek.): Einst war der Ort Scharnstein die Hochburg der Sensenproduktion. Hubert Weingärtner (HW) war 35 Jahr lang Sensenschmied. Er erzählt, wie er dieses Handwerk erlernt hat und wie schwer die Arbeit damals war. Im Sensenmuseum steht noch heute der über 400 Jahre alte und 120 Kilogramm schwere Breithammer zum Schmieden der Klingen. HW erzählt von früher, von den Bräuchen unter den Arbeitern in der Schmiede, wie er auch seine Frau dort kennengelernt hat und vom Zusammenleben mit der restlichen Bevölkerung. In der Blütezeit der Sensenschmiedekunst wurden die Sensen aus Scharnstein in die ganze Welt verkauft. Zu dieser Zeit befanden sich die Scharnsteiner und die Grünauer in einem Zwist um das Wasser der Alm. Da es in Scharnstein zu den Hämmern der Schmiede abgeleitet wurde, konnte es in Grünau nicht mehr zum Flößen verwendet werden. Seine Leidenschaft zur Sense gibt HW heute als Sensenlehrer weiter. Auf einer Wiese erklärt er, auf welche Details es ankommt, damit das Arbeiten mit diesem traditionellen Werkzeug leicht von der Hand geht und nicht zur Tortour wird.

Tatsächliche Abfolge der Handlungsstränge: Intro, 1, 2, 3, 4, 2, 3, 1, 2, 4, 3, 1, 2

7.3.1.4 *Im Jahreskreis*

Folge vom: Sonntag, 21. Dezember 2014, 17.05 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 44 Min. 5 Sek.

Die Folge vom vierten Adventsonntag 2014 nimmt eine Sonderstellung ein. Sie folgt nicht dem Prinzip der vier Handlungsstränge, sondern führt die Zuschauer, nach Themenblöcken geordnet, durch das Jahr. Sie besteht aus ei-

nem Intro und Ausschnitten aus 30 Handlungssträngen aus Folgen des vergangenen Jahres. Aufgrund der hohen Anzahl der Handlungsstränge und der Tatsache, dass einige davon nur wenige Sekunden lang sind, werden sie nicht, wie in den drei vorangegangenen Folgen, nacheinander beschrieben, sondern, wie in der Folge, im Rahmen der Kapitel „Der Winter“, „Trachten“, „Der Frühling“, „Kräuter“, „Der Sommer“, „Der Herbst“ und „Kochen“ zusammengefasst. Da der Name eines Protagonisten immer nur bei der ersten Wortmeldung nach einem Szenenwechsel eingeblendet wird und die in der Folge „Im Jahreskreis“ verwendeten Ausschnitte nicht alle aus einem solchen Zeitpunkt stammen, werden viele der auftretenden Personen nicht namentlich vorgestellt. Sie werden in weiterer Folge deshalb als „Person“ inkl. einer laufenden Nummer bezeichnet (z.B. beim ersten Auftreten als Person01, danach abgekürzt als P01).

Im *Intro* (1 Min. 7 Sek.) sprechen Bernadette Tagger (Bäuerin), Person01, Person02, Person03, Person04 und Person05 darüber, wie schön sie ihre Heimat finden und wie sehr sie sie schätzen. Der OS begrüßt die Zuschauer zu einer Reise durch vier Jahreszeiten.

Der Winter (Gesamtdauer: 6 Min. 19 Sek.): ME ist unterwegs nach Lienz in Osttirol. Mit einem Postbus aus den 1950er Jahren wird sie in die Stadt gebracht. Direkt oberhalb am Berg versorgt Bäuerin Bernadette Tagger (BT) ihre Schafe. Sie erzählt und zeigt, zu welchen Dingen sie die Wolle ihrer Tiere verarbeitet. Die Szenerie wechselt und der OS leitet die Zuschauer auf die Salzburger Seite des Großglockners an die Fuscher Ache. Hier ist Marieloise Jordan (MJ), eine Künstlerin und ehemalige Grafikerin zuhause. Sie erzählt von einer großen Tragödie, die ihr und ihrer Familie im Alter von zwei Jahren widerfahren ist. Ihr Elternhaus in Großarl wurde, gerade neu erbaut, im Jahr 1935 von einer Lawine verschüttet. Die Familie überlebte, verlor aber ihr gesamtes Hab und Gut. Aus der Not heraus erwirkte der Vater die Erlaubnis, Sammeln zu gehen und die Einwohner des Ortes um Unterstützung zu bitten. So gelang es der Familie, sich wieder aufzuraffen und in Fusch ein neu-

es Haus zu bauen, in dem MJ noch heute lebt. Die Szenerie wechselt wieder auf einen Teil eines Handlungsstranges, in dem ME dabei ist. Die Bäuerin Rosina Kammerlander (RK) nutzt die langen Winterabende dazu, sich ans Spinnrad zu setzen. Auch ME möchte lernen, das Gerät zu bedienen und versucht sich unter Anleitung von RK wenig erfolgreich darin. Als Königin der Handarbeit wird das Klöppeln bezeichnet. Dabei können die Zuschauer in der nächsten Szene Herma Besenbäck (HB) zusehen. Die Klöpplerin zeigt ihr größtes Kunstwerk – ein Stück, an dem sie zwei Jahre lang gearbeitet hat.

Trachten (Gesamtdauer: 9 Min. 45 Sek.): ME ist zu Gast bei Schneidermeisterin Marianna Oberdorfer (MO) und lässt sich den Unterschied zwischen Tracht und Dirndl erklären. Vor allem für die Lienzer Tracht interessiert sich die Moderatorin. Person06 erklärt ihr, wie stolz die Lienzer auf die Halskrause, die zur Frauentracht gehört, sind. Ein Szenenwechsel bringt die Zuschauer in den Bregenzerwald zu Juppenmacherin Martina Mätzler (MM). Sie ist sehr stolz auf die Bregenzerwälder Tracht, die Juppe. Sie erklärt, welche Arbeitsschritte bei der Herstellung notwendig sind und auf welche Details und Accessoires es bei dieser Tracht ankommt. Auch Person07 betont, wie wichtig Kleinigkeiten wie Stickereien sind und dass die Herstellung einer Juppe viel Zeit benötigt. In Rasing in der Nähe von Mariazell lebt Martin Wimmer (MW). Er ist Gerber und stellt semisch gegerbtes Leder aus Hirschleder her. Seine Tochter Heidi (HW) ist Säcklermeisterin und in das Familienunternehmen mit eingestiegen. MW erzählt über die Tradition des Berufs innerhalb der Familie und erklärt seine Arbeitsschritte und die Vorzüge seines Produkts. Aus dem fertigen Leder schneidert HW steirische Lederhosen. Auch ihr können die Zuschauer bei der Fertigung über die Schulter schauen. In Ebensee bei Bartbinder Bertl Lahnsteiner (BL) ist man dabei, wenn er einen Gamsbart für den Trachtenhut bindet. Dieser war früher, je nach Größe und Qualität, ein Zeichen dafür, wie wohlhabend jemand war.

Der Frühling (Gesamtdauer: 5 Min. 31 Sek.): Im Frühling zieht es ME ins Bur-

genland, genauer gesagt in den Nationalpark Neusiedler See-Seewinkel. Dort besucht sie Gebietsleiter Hans Lehner (HL), der unter anderem für eine Herde Przewalskipferde verantwortlich ist. Von diesem Urpferd stammen alle anderen Pferderassen ab. HL erzählt, wie die Pferde und eine Herde weißer Esel ihren Beitrag zur Pflege des Nationalparks leisten. Im Tullnerfeld in Niederösterreich hat der 12-jährige Hubertus Mayerhofer (HM) ein ganz besonderes Hobby – die Imkerei. Gemeinsam mit seinem Vater, der mit ihm diverse Kurse absolviert hat, kümmert er sich um 41 Bienenstöcke und hat mit seinem Honig bereits eine Bronzemedaille bei der „Goldenen Honigwabe 2014“ gewonnen.

Kräuter (Gesamtdauer: 5 Min. 17 Sek.): Am Traunsee ist Gerti Pühringer (GP) mit ME unterwegs, um Wildkräuter zu sammeln. Die Kräuterexpertin erklärt der Moderatorin, wofür man die Bibernelle und deren Wurzel verwenden kann. Auch eine kleine Kostprobe darf nicht fehlen. Im Lesachtal widmet sich Kräuterbäuerin Simone Matouch (SM) der heilenden Wirkung von Kräutern und Wurzeln. Sie erklärt, bei welchen Erkrankungen Blutwurz eingesetzt werden kann und dass mit der Wurzel des Alant in den Wintertagen wie Wohnräume ausgeräuchert werden können, um Melancholie zu vertreiben. Christine Strummer (CS), ebenfalls Kräuterbäuerin, teilt ihre Begeisterung für das Frauenkraut mit den Zuschauern. Von der Pubertät bis zum Tod können Frauen diese Pflanze vielfältig einsetzen. In Mariazell trifft ME Apothekerin Angelika Prentner (AP) und plaudert mit ihr über Kräuterschnäpse und Liköre. Die letzte Station im Kräuter-Kapitel bildet Gertrude Messner (GM). Sie ist Kräuterbäuerin und stellt einen ganz besonderen Sirup her. Aus Nacktschnecken und einigen anderen Zutaten zubereitet, soll dieser Trunk gegen Husten und Magengeschwüre helfen.

Der Sommer (Gesamtdauer: 3 Min. 22 Sek.): Im Sommer ist ME auf der Alm, um Alfons Moosmann (AM), einem Senn, bei der Produktion des Vorarlberger Alpkäses zu helfen – einer schweren Arbeit. Matthias Stranz (MS) bringt bereits den elften Sommer als Viehhalter auf der Bodenwiese am

Gahns, einem Ausläufer des Schneeberges. Den ganzen Tag bringt er mit seinen mehr als 100 Mutterkühen und Kälbern zu. Eine besondere Beziehung zu seinen Kühen hat auch Bauer und Bildhauer Erich Rupprechter (ER). Weil er sie meistens nur von hinten sieht, kam er auf die Idee, diese Eindrücke in Exponaten aus Holz festzuhalten. In Schwarzenberg in Vorarlberg lebt Josef Köhler. Der alte Herr ist Holzschnitzer und schnitzt liebevoll und mit großer Freude jene Tiere, die auf der Alm leben.

Der Herbst (Gesamtdauer: 4 Min. 8 Sek.): ME ist zu Besuch bei Alexander Serdujkov (AS) und seinen zwölf Huskies. Er erzählt von seiner innigen Verbindung zu ihnen. Der Hundeschlittenführer hat sich seinen Tieren zuliebe für ein Leben in der Abgeschiedenheit auf 1.600 Metern Seehöhe entschieden. Auch ein kleines Hoppala bei den Dreharbeiten wird im Rahmen dieser Folge gezeigt. Auf dem Weg zu Teppichweber Gilbert Zimmerbauer (GZ), der Mühlviertler Fleckerlteppiche herstellt, stößt sich die Moderatorin am niedrigen Türstock des alten Hauses den Kopf und flucht. Drinnen erzählt ihr GZ, wie es überhaupt dazu kam, dass aus Altkleidern Teppiche hergestellt werden. Im Waldviertel hilft ME dabei, Lumpen zu Büttenpapier zu verarbeiten. Papiermacher Siegfried Mörzinger (SM) erklärt die Vorzüge dieses besonderen Papiers. Im Böhmerwald, nahe der böhmischen Grenze, ist Hermann Gabriel (HG) unterwegs, um den Zunderschwamm zu suchen. Der Naturführer erklärt, wofür dieser Baumschwamm früher verwendet wurde.

Kochen (Gesamtdauer: 8 Min. 36 Sek.): Traditionelle Gerichte gibt es in den Tiroler Alpen zahlreiche. Zum Beispiel das Melchermuas, das Bäuerin Monika Hechenblaickner zubereitet, während ME ihr gespannt zusieht. Köchin Romana Auer zeigt ME, wie man einen Holzknechtsterz macht. In Vorarlberg bei Senn Alfons Moosmann heißt dieses einfache Gericht Riebl. Er erzählt ME, welche Zutaten hier nicht fehlen dürfen. In der Steiermark und im Burgenland existiert ein ähnliches Gericht – der Heidensterz. Harald Krois ist Wirt und verrät, worauf es bei der Zubereitung ankommt. Der OS leitet von den traditionellen, einfachen Gerichten zu aufwendigen, eigenen Rezepten

über. Im Pinzgau ist ME zu Besuch am Kohlschneidhof. Hier erklärt ihr Bergbauer Robert Eder (RE) nicht nur, wie das Kohlschneidhof Schnitzel gemacht wird, sondern auch, wie der Hof zu seinem Namen kam. Ein Fischgericht gibt es in Gusswerk bei Mariazell bei Köchin Ernestine Greifensteiner (EG). Sie bereitet die hauseigenen Forellen nach einem Familienrezept zu. Im Burgenland geht es süß zu, denn hier backt Elisabeth Ungers (EU) ihre selbst kreierte Seewinkler Welle. Die Bäckerin zeigt und erklärt, wie sie die Köstlichkeit zubereitet. Eine Einblendung weist die Zuschauer darauf hin, dass die Kochrezepte zur Sendung auf tv.orf.at zu finden sind. Im Steyrtal backt Krippensammler Willi Pils (WP) in der Weihnachtszeit seine Schneeballen. Das Gebäck aus Teigstreifen wird frittiert und mit Zucker bestäubt, wodurch es auch seinen Namen bekommen hat. Er erzählt ME, dass er diese Köstlichkeit ausschließlich im Advent zubereitet. Nachdem probiert wurde, zeigt WP als schöne Einstimmung auf das Weihnachtsfest seine imposante Krippensammlung.

Zum Abschluss der Folge bedankt sich der OS für die Gastfreundschaft all jener, die das ZzN Team bei sich begrüßt haben. Mittels einer Einblendung wünscht das Team allen Zuschauern Frohe Weihnachten.

Tatsächliche Abfolge der Handlungsstränge: Intro, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 16, 26, 27, 28, 29, 30

7.3.2 Hoagascht Raritäten

In Hoagascht Raritäten zeigt Moderator Bertl Göttl die traditionelle und naturverbundene Seite des „Servus Raums“. Wie bereits in Kapitel 7.3 erklärt, stammen die in Hoagascht Raritäten gezeigten Folgen aus dem Hoagascht Archiv. Dieses bestand zum 31. Dezember 2014 aus 182 Folgen. Die Folgen werden anlassbezogen von Bertl Göttl selbst ausgewählt. Der Begriff „hoagaschtn“ bedeutet in der Osttiroler Mundart „reden“. In Hoagascht geht es

also darum, beisammen zu sitzen, zu reden und zu musizieren. Die erste Folge wurde am 1. Oktober 2009 als eine Art Einführungsfolge ausgestrahlt. Servus TV ordnet Hoagascht bzw. Hoagascht Raritäten dem Ressort „Volkskultur“ zu, welches zur Programmsäule „Kultur“ gehört. Göttl besucht Musikanten, Handwerker und Menschen, die mit ihrer Region stark verwurzelt sind. Servus TV beschreibt seinen Moderator als „traditionsverbunden, geerdet und dennoch mit weitem Horizont“ (Servus TV, Sendungen, Hoagascht, o.J.). Einige Folgen Hoagascht werden von der jungen Musikantin Christina Brunauer präsentiert. In Hoagascht Raritäten sind in der Regel nur solche zu sehen, in denen Bertl Göttl durch die Sendung führt.

Die einzelnen Folgen sind nicht in wiederkehrende Handlungsstränge unterteilt, sondern haben einen Hauptstrang, der durch Einspielungen von Beiträgen zum Hauptthema ergänzt wird. Der Moderator tritt in allen Szenen aktiv in Erscheinung, spricht mit den auftretenden Personen oder hilft bei der Arbeit. Auch der Off-Text wird von Bertl Göttl selbst gesprochen.

7.3.2.1 *Wiltener Sängerknaben*

Folge vom: Sonntag, 30. November 2014, 16.40 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 26 Min. 7 Sek.

Zusammenfassung: Im *Intro (1 Min. 15 Sek.)* sitzt Bertl Göttl (BG) alleine in einer gemütlichen Stube am Tisch. Vor sich hat er einen Adventkranz stehen, an dem er die erste Kerze entzündet. Der Moderator spricht direkt zu den Zuschauern und begrüßt sie bei den Hoagascht Raritäten. Er lädt sie ein, an allen vier Adventsonntagen mit ihm unterwegs zu sein. Am Ende des Intros kündigt er das Thema der nun kommenden Folge an.

Einspielung 1 (2 Min. 18 Sek.): Der Zuschauer sieht die Wiltener Sängerknaben bei einem Auftritt in der Kirche. Die Kerzen im Vordergrund verleihen der Szenerie einen weihnachtlichen Charakter.

Einspielung 2 (2 Min. 30 Sek.): Im Stift Wilten in Innsbruck trifft BG auf Prior Florian Schomers (FS). Der Moderator befragt ihn zur Geschichte des Stifts

und der Sängerknaben und FS erzählt, während beide durch das alte Bauwerk gehen. FS erklärt Statuen und Gemälde.

Hauptstrang (11 Min. 43 Sek.): Im Probenraum der Wiltener Sängerknaben wird gerade eine Gruppe Burschen unterrichtet. BG sitzt als stiller Beobachter unter ihnen. Johannes Stecher (JS), Leiter des Fachbereichs Wiltener Sängerknaben im Tiroler Landeskonservatorium, sitzt am Klavier und begleitet die Schüler, die einzeln üben. Als der Unterricht vorbei ist, befragt BG vier der Burschen über das Singen, ihre Hobbies und Berufswünsche. Nach dem Gespräch bleibt BG alleine mit JS zurück. Der Fachbereichsleiter erklärt, wie das Aufnahmeverfahren bei den Wiltener Sängerknaben aussieht, wie das Miteinander funktioniert und wo Reibungspunkte liegen können. Da BG begeistert von den Gewändern des Chors ist, stellt JS ihm Christine Gastl (CG) vor. Sie ist die Trachtenfrau des Chors und für die verschiedenen Gewänder zuständig. Über ihre Söhne, selbst Chormitglieder, kam sie zu ihrer Tätigkeit, als ihre Vorgängerin in Pension ging. Auch CG berichtet von der schönen Gemeinschaft unter den Sängerknaben und der Hilfe, die sie sich gegenseitig angedeihen lassen. Nach den Höhepunkten im Advent gefragt, erzählt JS, dass für die älteren Chormitglieder das Weihnachtsoratorium das Highlight darstellt, für die jüngeren der Besuch beim Nikolaus.

Einspielung 3 (1 Min. 2 Sek.): Die Kinder singen für den Nikolaus, Abt Raimund verteilt die Nikolaussackerl.

Hauptstrang (4 Min. 4 Sek.): Wieder zurück im Probenraum unterhält sich BG mit zwei bereits erwachsenen Chormitgliedern, die seit 19 bzw. 21 Jahren begeisterte Sänger sind. David Geisler-Moroder (DGS) erzählt, wie er zum Singen gekommen ist und wie JS immer wieder Kinder motiviert, sich dem Chor anzuschließen. Simon Fitz (SF) hat ein Jahr bei den Sängerknaben pausiert und ein freiwilliges Jahr in Afrika gemacht, wo er Kinder unterrichtet hat. Seither setzt er sich für die Organisation „Kinder für Kinder“ ein, für welche auch die Wiltener Sängerknaben bereits im Rahmen von zwei Benefizkonzerten Spenden gesammelt haben. Das Gefühl, das ihnen das Singen

verleiht, ist Grund dafür, dass beide immer noch gerne als Sängerknaben aktiv sind. Gerade zu Weihnachten merken sie, wie sehr die Menschen bereit sind, die weihnachtliche Musik zu erleben und zu spüren.

Einspielung 4 (3 Min. 15 Sek.): Der Chor singt, während zuerst eine Werbung für Servus am Marktplatz, dann eine Ankündigung der nachfolgenden Sendung und zuletzt der Abspann eingeblendet werden. Während man das Stift von außen sieht, endet die Folge.

7.3.2.2 Musikalisches Restlessen – Strohschab und Buttnmandl

Folge vom: Sonntag, 7. Dezember 2014, 16.40 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 26 Min. 16 Sek.

Zusammenfassung: Im *Intro (1 Min. 45 Sek.)* entzündet BG die zweite Kerze am Adventkranz. Wieder hat er sich in der Stube eingefunden, in der er schon die erste Adventfolge eröffnet hat. Er erzählt den Zuschauern, dass die Krampusse bereits unterwegs sind und dass auch andere Bräuche innerhalb und außerhalb Österreichs den Kampf zwischen Licht und Dunkel widerspiegeln. Er lädt die Zuschauer ein, sie hinein zu führen, „in die geheimnisvolle Welt der vorweihnachtlichen Bräuche.“

Einspielung 1 (0 Min. 27 Sek.): Aus dem Off kündigt BG die Themen der Folge an. Der Hauptstrang wird von Einspielungen aus vergangenen Sendungen ergänzt werden.

Hauptstrang (2 Min. 10 Sek.): BG sitzt mit dem Wiesberger Dreigesang, der aus Magdalena Goiser (MG), Maria Brunauer (MB) und Christina Brunauer (CB) besteht, in einer Stube zusammen am Tisch und rollt den Teig für die Weihnachtskekse aus, die sie gemeinsam backen. Sie befinden sich in Adnet im Salzburger Tennengau. BG fragt die drei jungen Frauen, wie der Advent in ihrer Kindheit war. Sie erzählen, wie der Krampus und der Nikolaus zu ihnen auf den Hof kamen und geben BG recht, als er die Brücke zur heutigen Zeit schlägt, in der solche Bräuche oft in den Hintergrund treten. Er spricht CB auf ihren Ausflug ins Berchtesgadener Land an, den sie für Hoagascht unternom-

men hat, um sich auf die Spuren des Brauchs der Buttnmandln, bei dem die Darsteller in Stroh eingebunden werden, zu begeben.

Einspielung 2 (5 Min. 7 Sek.): CB ist im Berchtesgadener Land dabei, als sich die Buttnmandln für ihren Auftritt fertig machen. Ein junger Mann namens Matthias, Buttnmandl-Meister, erklärt CB, woher der Brauch ursprünglich stammt. Nicht jeder darf sich am Lauf der Buttnmandl beteiligen. Nur unverheiratete Männer ab 16 Jahren dürfen mitlaufen. BG erklärt aus dem Off die Bedeutung der Kostüme und Matthias zeigt CB die Technik, mit der die Darsteller in Stroh eingebunden werden. Als die Buttnmandl fertig hergerichtet sind und zum Umzug aufbrechen, erklärt BG abermals aus dem Off, was hinter dem Verhalten der Figuren steckt, die gemeinsam mit dem Nikolaus durchs Dorf ziehen und was es bewirken soll.

Hauptstrang (3 Min. 48 Sek.): Wieder zurück in der Stube in Adnet bittet BG den Wiesberger Dreigesang um ein adventliches Lied. Während er weiter Teig für die Weihnachtsbäckerei ausrollt, kommen die drei jungen Frauen seinem Wunsch gerne nach. Nach dem Lied bringt BG die Sprache auf den Brauch des Klosn, der in Stilfs, im Südtiroler Vinschgau, praktiziert wird. Er erklärt die Bedeutung des Wortes und was der Brauch bewirken soll.

Einspielung 3 (4 Min. 31 Sek.): Aus dem Off erklärt BG, wann der Brauch stattfindet, wie das Klosn abläuft und welche Figuren daran teilnehmen. Ein Teilnehmer, dessen Name nicht genannt wird, erzählt, was während des Laufes passiert und welche Aufgaben welche Gestalten zu erfüllen haben. Er betont, dass der Brauch die Dorfgemeinschaft zusammen schweißt. Vor der Kirche spricht der Nikolaus zu den Teilnehmern und Gästen und nach einem gemeinsamen Gebet geht das wilde Treiben weiter.

Hauptstrang (0 Min. 59 Sek.): BG erzählt CB, MB und MG eine Nikolausgeschichte und von den wilden Gestalten, die selbigen begleiten. Er leitet so zur nächsten Einspielung über.

Einspielung 4 (4 Min. 41 Sek.): Aus dem Off erzählt BG von den Masken der Strohschab in Tauplitz und von ihren Gewändern. Robert Seebacher (RS),

der Oberschab, erklärt, aus welchen Bestandteilen sich das Kostüm zusammensetzt. Man sieht junge Männer beim Anlegen der Strohkittel und Masken und bei der Probe für das Nikolospiel. Während die Zuschauer zusehen können, wie die wilden Figuren durch die Straßen ziehen, erzählt BG, welche Strecke die Strohschab, gefolgt vom Nikolaus und den Krampussen, zurück legen. Beim Tauplitzer Nikolospiel, so erklärt Peter Schweiger (PS), einer der Darsteller, wird ein bäuerlicher Jedermann aufgeführt. Anschließend werden Gaben verteilt.

Hauptstrang (2 Min. 48 Sek.): Am Ende der Sendung befinden sich die Zuschauer wieder mit BG, MG, MB und CB in der gemütlichen Stube. BG erzählt noch von althergebrachten Ausdrücken, die sich von den teuflischen Gestalten herleiten lassen und bittet dann zum Abschluss noch einmal um ein Lied. In der Zwischenzeit wird eine Werbung für Servus am Marktplatz am Bildrand eingeblendet. Während der Wiesberger Dreigesang ein Lied anstimmt, wird zuerst die Ankündigung der nachfolgenden Sendung und dann der Abspann eingeblendet.

7.3.2.3 Munderfinger Adventeinkkehr

Folge vom: Sonntag, 14. Dezember 2014, 16.40 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 25 Min. 14 Sek.

Zusammenfassung: Im *Intro (1 Min. 20 Sek.)* der Folge vom dritten Adventsonntag begrüßt Bertl Göttl die Zuschauer abermals in der Wirtsstube des Landgasthofes Allerberger und entzündet die dritte Kerze am Adventkranz. Er erzählt von dem Brauch, zuhause eine Krippe aufzustellen und von der Herbergssuche von Maria und Josef. Damit leitet er zum Thema dieser Folge über, in der er das besondere Zuhause von Helga Weeger (HW) und Klaus von Kralik (KK) aufsucht.

Einspielung 1 (1 Min. 33 Sek.): Das Burghauser Gemshorntrio spielt in der Kirche ein Stück.

Hauptstrang (6 Min. 52 Sek.): BG trägt ein Gedicht der steirischen Dichterin

Paula Grugger vor und zitiert Karl-Heinrich Waggenerl, der die Weihnachtszeit einst als stillste Zeit im Jahr bezeichnete. Im Gegensatz dazu thematisiert er die heutige, hektische Lebensweise, in der der Konsum eine große Rolle spielt. Zur Einstimmung auf den adventlichen Hoagascht bittet BG seine Gastgeber HW und KK, um ein Lied. Die beiden spielen daraufhin auf Harfe und Bassgeige eine adventliche Weise. Danach spricht BG mit HW über die Geschichte des alten Hofs, auf dem er und noch einige andere Gäste an diesem Tag zu Besuch sind. Der Hof ist immer wieder Treffpunkt zum gemeinsamen Musizieren und, in dieser Jahreszeit, für ein vorweihnachtliches Zusammensein. HW hat ihr Leben dem Singen gewidmet und viel Liedgut an ihre Schüler weitergegeben. Mit am Tisch sitzt der Familiendreigesang Breinlinger, bei dem auch Christina Brunauer mitsingt, und gibt auf Wunsch von BG ein Lied zum Besten.

Einspielung 2 (4 Min. 29 Sek.): Danach begibt sich BG mit KK nach draußen, um den Hof zu erkunden. Sie betrachten das 340 Jahre alte Haus von außen und KK weist den Moderator auf kleine Details hin. Neben einem Oldtimer-Traktor finden sich im Garten auch richtige Schätze wie eine Skulptur eines Künstlers aus Braunau und ein steinerner Löwe.

Hauptstrang (6 Min. 39 Sek.): Wieder im Haus sitzt BG mit HW zusammen und sie erzählt von ihrer Kindheit und wie sie zur Musik gekommen ist. Gemeinsam spielen HW und KK wieder ein Stück auf Harfe und Bassgeige. Nun unterhält sich BG mit zwei Cousinen, die HW einst bei einem Musikan-tentreffen kennen und schätzen gelernt haben und seit 1984 mit ihr gemeinsam singen. Gemeinsam bilden sie den Dreigesang Weeger und geben ein Weihnachtslied zum Besten. BG wendet sich dem Familiendreigesang Breinlinger zu und unterhält sich mit den beiden jungen Frauen darüber, wie sehr sie die Adventzeit immer wieder an ihre Kindheit erinnert. Gemeinsam mit ihrem Vater, der sie auf der Gitarre begleitet, singen die Frauen ein adventliches Lied.

Einspielung 3 (0 Min. 17 Sek.): BG geht mit KK in den Wald zu einem Holz-

kreuz, das Zweiterer selbst gefertigt hat.

Hauptstrang (2 Min. 39 Sek.): Alle wieder an einem Tisch vereint, liest BG ein Mundartgedicht vor und als er es beschließt, fährt der Dreigesang Weeger mit einem Weihnachtslied fort. Danach spricht BG, Bezug nehmend auf das Lied, über die Herbergssuche und bedankt sich, dass HW und KK ihm für diesen Tag Herberge gewährt haben. Währenddessen wird am Bildrand eine Werbung für Servus am Marktplatz eingeblendet.

Einspielung 4 (1 Min. 25 Sek.): Die Folge endet, wie sie begonnen hat: mit einem Stück, das das Burghauser Gemshorntrio in der Kirche spielt. Während musiziert wird, wird zuerst eine Ankündigung der folgenden Sendung und danach der Abspann eingeblendet.

7.3.2.4 Kripperlkunst im Alpenraum

Folge vom: Sonntag, 21. Dezember 2014, 16.40 Uhr

Gesamtdauer der Folge: 25 Min. 39 Sek.

Zusammenfassung: Im *Intro (1 Min. 22 Sek.)* erzählt BG, während er die vierte Kerze am Adventkranz entzündet, von der Tag und Nacht Gleiche am 21. Dezember und kündigt an, dass es in dieser Folge der Hoagascht Raritäten um Krippen und ihre Fertigung gehen wird.

Einspielung 1 (2 Min. 16 Sek.): Im Heimatmuseum von Altenmarkt im Salzburger Pongau steht die Grundner Krippe, eine über 250 Jahre alte mechanische Krippe. Helga Sobota bewegt die Figuren, während der Text der Weihnachtsgeschichte gesprochen wird. Aus dem Off erklärt BG Wissenswertes über verschiedene Krippenarten und wie sie Einzug in Privathäuser gefunden haben.

Hauptstrang (3 Min. 34 Sek.): Aus dem Off erzählt BG vom berühmtesten alpenländischen Krippenbauer, Xandi Schläffer, der von 1899 bis 1984 in Saalfelden lebte. Er besucht einen seiner Schüler, Peter Innerhofer (PI), der auch heute noch viele Krippen fertigt. Mit ihm gemeinsam versucht sich BG am

Bau einer solchen. Sie sprechen über den Lehrmeister, die Techniken, die Xandi Schläffer entwickelt hat, über die Charakteristik der Pinzgauer Krippen und über die Materialien, aus denen diese gefertigt werden.

Einspielung 2 (1 Min. 38 Sek.): Im Salzburgmuseum trifft BG die Kustodin Ernestine Hutter (EH) und unterhält sich mit ihr über die Krippenwerke von Xandi Schläffer.

Hauptstrang (2 Min. 16 Sek.): Zurück in der Werkstatt von PI erklärt dieser, dass nach der Schule von Xandi Schläffer Krippenberg, Hintergrundbild, die Krippe selbst und auch die Figuren aus einer Hand stammen und die Arbeiten nicht aufgeteilt werden. Während die beiden Männer an der Krippe bauen, streut BG eine Gesichte von Karl Heinrich Waggerl ein.

Einspielung 3 (1 Min. 6 Sek.): Im Salzburgmuseum erklärt EH, was das Wesentliche an den Krippen von Xandi Schläffer war und welche Elemente er mit hinein gebracht hat, die zuvor in der Krippenkunst nicht vorhanden waren.

Hauptstrang (1 Min. 43 Sek.): BG und PI bauen weiterhin an ihrer Krippe.

Einspielung 4 (0 Min. 48 Sek.): Ab von den Krippen selbst und der architektonischen Gestaltung erklärt EH BG nun, was die Figuren von Xandi Schläffer so besonders gemacht hat und wie diese gefertigt wurden.

Hauptstrang (3 Min. 39 Sek.): Auch PI und BG sind jetzt beim Bau der Figuren angelangt. Diese werden aus Zirbenholz geschnitzt. PI erzählt, dass er sich die Ideen für die Figuren aus Büchern holt.

Einspielung 5 (3 Min. 42 Sek.): BG besucht den oberösterreichischen Bildhauer Meinrad Mayrhofer (MM). Auch MM ist Xandi Schläffer ein Begriff. Als Kind hat er ihn sogar gemeinsam mit seinem Vater besucht. MM schnitzt nicht mit dem Messer, sondern schafft seine Skulpturen mit der Motorsäge – so auch Krippenfiguren.

Hauptstrang (2 Min. 26 Sek.): BG und PI unterhalten sich über die Namen der Krippenfiguren. BG trägt eine Geschichte eines Pinzgauer Mundartdich-

ters vor, in der es darum geht, wie die „Krippenmandl“ getauft werden. Während die beiden Männer die Krippe von Pl aufbauen, erzählt BG aus dem Off, dass eben dieses Aufstellen den Höhepunkt des Advents darstellt, nachdem so lange daran gearbeitet, restauriert und ergänzt wurde.

Einspielung 6 (1 Min. 9 Sek.): Auch für MM hat das Aufstellen der Krippe eine besondere Bedeutung in der Zeit des Kommerzes, der seiner Meinung nach „wirklich nicht mehr zum Aushalten“ ist. In der Familie kehrt zu dieser Zeit aber wieder Ruhe ein, wie es auch früher schon war. Während zahlreiche Krippenfiguren gezeigt werden, wird der Hinweis auf die folgende Sendung eingeblendet und der Abspann beschließt die Folge.

7.3.3 Experteninterviews

Ergänzend zur Sequenz- und Inhaltsanalyse wurde ein Experteninterview durchgeführt. Interviewpartner waren Ines Scolik-Schwandner, Sendungsverantwortliche für Zurück zur Natur, und Maximilian Kronberger, Redakteur für Hoagascht und das Ressort Volkskultur bei Servus TV. Da es sich nicht um ein persönliches, sondern ein E-Mail-Interview handelte, hatten beide Ansprechpersonen die Gelegenheit, die Fragen in Ruhe für sich zu beantworten. Folgende sieben Fragen wurden, adaptiert auf Medium und Sendung, gestellt:

1. Welche Zielgruppe möchten Sie mit Zurück zur Natur/Hoagascht Raritäten ansprechen?
2. Wie würden Sie die Sendung in wenigen Sätzen beschreiben?
3. Wenn Sie die Sendung mit fünf Worten charakterisieren müssten – welche wären das?
4. Welche Rolle spielen österreichische Bräuche Ihrer Meinung nach in Zurück zur Natur/Hoagascht Raritäten?
5. Welches Bild vom Leben in und mit der Natur, mit Bräuchen, Kultur

und Traditionen möchten Sie bzw. der ORF/Servus TV Ihren Zuschauern durch Zurück zur Natur/Hoagascht Raritäten vermitteln?

6. Wie bewerten Sie die Rolle von Zurück zur Natur/Hoagascht Raritäten in der Vorweihnachtszeit neben anderen Sendungsformaten, die die Zuschauer durch die besinnlichste Zeit des Jahres geleiten?
7. Was ist Ihrer Meinung nach der USP von Zurück zur Natur/Hoagascht? Was bietet also Zurück zur Natur/Hoagascht den Zuschauern, was vergleichbare Formate nicht bieten, damit sie gerade diese Sendung wählen?

7.3.3.1 Zurück zur Natur – Ines Scolik-Schwandner

Ines Scolik-Schwandner zeichnet seit Beginn von Zurück zur Natur im Jahr 2013 für die Sendung verantwortlich. Sie arbeitet seit 1983 für den ORF und durchlief als Moderatorin bei Ö3, Radio Niederösterreich und Radio Wien bereits einige Stationen innerhalb des öffentlich-rechtlichen Senders. Im ORF Fernsehen war sie unter anderem Chefin vom Dienst der Sendung Bürgerforum und Sendungsverantwortliche für das Society-Format CHILI. (vgl. ORF Kundendienst, Ines Scolik-Schwandner, o.J.)

Gefragt nach der Zielgruppe von Zurück zur Natur, definierte Scolik-Schwandner diese als Österreicher im Alter von 20 bis 70 Jahren, die eine Affinität zu den Themen Natur, Handwerk, Tradition und Kulinarik aufweisen. (vgl. Scolik-Schwandner, 2015) Eingeordnet in die Sinus Milieus* zeigt sich, dass unter den Zuschauern die Gruppen der Traditionellen, der Bürgerlichen Mitte und der Konservativen überrepräsentiert sind und die Etablierten und Postmateriellen durchschnittlich vertreten sind. Unterrepräsentiert sind neben der Konsumorientierten Basis und den Adaptiv-Pragmatischen auch die Gruppen der Hedonisten, der Performer und der Digitalen Individualisten. Die

* Mit Hilfe der sogenannten Sinus Milieus wird eine Einteilung der Gesellschaft in zehn Lebenswelten getroffen. Je nach ihrer sozialen Schicht und ihrer Werteorientierung werden Menschen mit ähnlicher Lebensweise und -auffassung in Gruppen, die Milieus, eingeteilt. (vgl. Meier, 2013, S. 104)

Einordnung bezieht sich auf 16 Folgen der Sendung im ersten Halbjahr 2013. In dieser Zeit verfügte Zurück zur Natur über einen Marktanteil von 21 Prozent in der Gruppe der Erwachsenen älter als zwölf Jahre. Die Reichweite in dieser Gruppe betrug 308.000 Seher. (vgl. ORF Markt- und Medienforschung, o.J.)

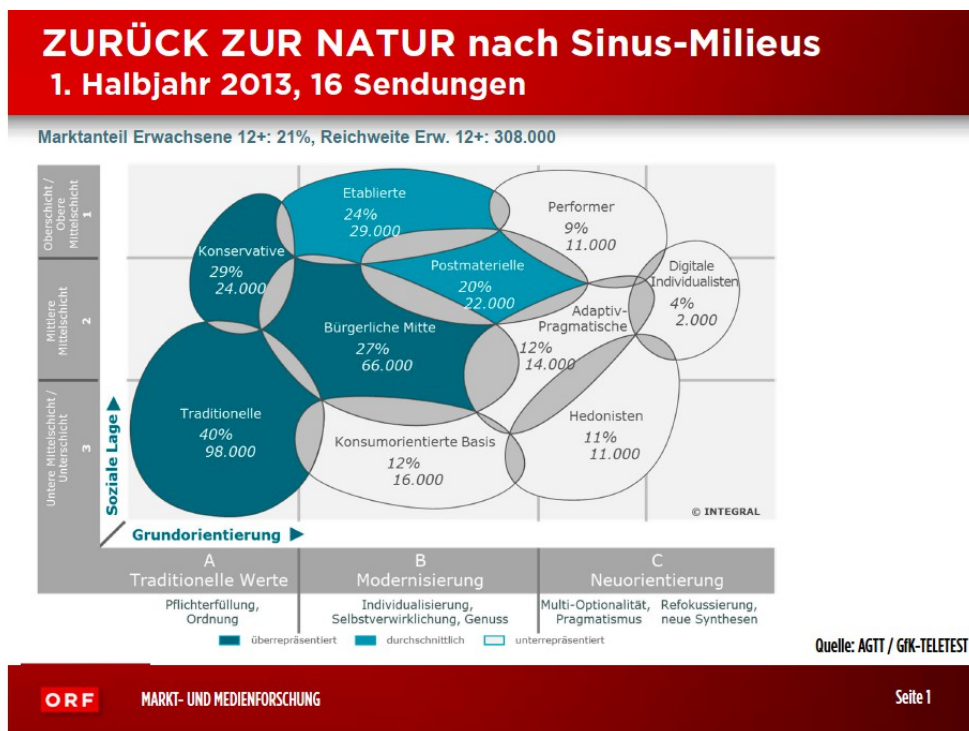


Abbildung 10: Zurück zur Natur nach Sinus-Milieus. (Quelle: ORF Markt- und Medienforschung, zVg von Ines Scolik-Schwandner)

Die Sendung selbst charakterisiert Scolik-Schwandner mit den Worten langsam (im Sinne von „sich Zeit nehmend“), rückbesinnend, idealisierend, lebensbejahend und teilweise skurril und beschreibt sie als Entdeckungsreise durch Österreichs Regionen. Im Mittelpunkt stehen Menschen, die ein etwas anderes Leben gewählt haben, sehr traditionsbewusst sind und die Liebe zu ihrer Umwelt herausheben. Ihre Beispiele sollen anderen Menschen Mut machen, neue Wege einzuschlagen und sich durch Rückschläge nicht von ihren Plänen abbringen zu lassen. (vgl. Scolik-Schwandner, 2015)

Die Rolle österreichischer Bräuche in Zurück zur Natur sieht die Sendungs-

verantwortliche als nicht vordergründig, sondern versteht sie als begleitende Erscheinung im Kontext der Sendungsthemen. (vgl. Scolik-Schwandner, 2015) Durch ihre genannten Beispiele für Bräuche – das Maskenschnitzen und das Krippenbauen – wird aber deutlich, dass ihr Brauchverständnis vor allem auf religiöses bzw. christliches Brauchtum abzielt. Wie aber in Kapitel 2 näher ausgeführt, ist Brauchtum „Ausdruck einer ganzheitlichen Lebensform mit entsprechender Lebensphilosophie, die ursprünglich alle Daseinsbereiche betraf“ (Ferrari, 2014, S. 15) bzw. „Ausdruck der Achtung vor der Natur und dem Leben selbst“ (Ferrari, 2014, S. 15). Demzufolge fallen jene Punkte, die die Sendungsverantwortliche zuvor als für Zurück zur Natur charakteristisch genannt hatte, unter die Definition von Brauchtum.

Die Rolle von Zurück zur Natur in der Vorweihnachtszeit sieht Scolik-Schwandner als Stimmungsmacher und Ideenbringer für Rezepte, Basteleien und Ausflüge. Für den ORF liegt der USP von Zurück zur Natur ganz klar auf der Hand: Jede Folge bildet nicht nur für den Zuschauer einen Tag im Leben der Menschen in der jeweiligen Region ab, sondern wurde auch wirklich innerhalb eines Tages gedreht. Äußere Einflüsse wie Schlechtwetter werden in die Sendung eingebaut und nicht durch Drehplanverschiebungen umgangen. Auch die Rolle der Moderatorin als Helferin und Begleiterin, die nicht in das Geschehen eingreift, wird als USP gesehen. Besonders herausgestrichen wurde im Interview die Rolle des Off-Sprechers als Charakteristikum der Sendung. (vgl. Scolik-Schwandner, 2015) Laut Scolik-Schwandner ist die Off-Stimme „[...] mehr als eine Stimme, sie erzählt die Geschichte der Region und geht auch zwischendurch in Dialog mit den Protagonisten“ (Scolik-Schwandner, 2015) Die sorgfältige Vertonung und der hochwertige Look von Zurück zur Natur wurden extra betont.

7.3.3.2 *Hoagascht Raritäten – Maximilian Kronberger*

Maximilian Kronberger ist Redaktionsmitglied von Hoagascht bei Servus TV und war im Rahmen dieser Magisterarbeit Ansprechpartner für alle inhaltlichen Anfragen zur Sendung. Weiters ist der Journalist für „ballesterer – Ma-

gazin zur offensiven Erweiterung des Fußballhorizonts“ tätig.

Kronberger begrenzt die Zielgruppe von Hoagascht bzw. Hoagascht Raritäten nicht hinsichtlich ihres Alters oder Geschlechts, sondern ausschließlich über ihre Interessen. Vor allem Personen mit einer Affinität zu Brauchtum und Volksmusik sollen angesprochen werden. Der Redakteur zieht die Grenze allerdings auch noch weiter und schließt jene Menschen mit ein, für die „Heimat und Tradition keine große Rolle spielen, die sich aber durch die Schönheit und Besonderheit der Thematik angesprochen fühlen.“ (Kronberger, 2015) Die Sendung selbst beschreibt er als einen Blick in das Hoagascht-Archiv und charakterisiert sie als traditionsverbunden, anlassbezogen, heimatbezogen, als Darstellung von alter und neuer Volksmusik und als Präsentation von Brauchtum im Jahreskreis. (vgl. Kronberger, 2015)

Die Rolle von Brauchtum ist für die Sendung eine essentielle. Es bildet das Grundgerüst der Sendungsinhalte und ist oft Türöffner für andere interessante Einblicke in die verschiedenen Regionen des „Servus Raums“. Mit der Themenwahl der einzelnen Folgen möchte Servus TV die Rückbesinnung der Gesellschaft auf Natürlichkeit, Heimatverbundenheit und althergebrachte Traditionen aufgreifen und abbilden. (vgl. Kronberger, 2015)

Als Kernthemen in der Vorweihnachtszeit definiert Kronberger Musik, Bräuche und Handwerk. Er streicht heraus, dass Hoagascht Raritäten dadurch in der Lage ist, die Realität, in der viele Menschen gerade zu dieser Zeit des Jahres heimkehren und auf Tradition setzen, 1:1 abzubilden. Kurz und prägnant ist demzufolge auch die Antwort auf die Frage nach dem USP der Sendung: „Hoagascht ist die einzige wöchentliche Sendung zu den Themen Brauchtum, Volkskultur und Volksmusik im deutschsprachigen Raum.“ (Kronberger, 2015)

8 Ergebnisse der Untersuchung

Die Ergebnisse aus der Sequenz- und Inhaltsanalyse und aus den Experteninterviews ermöglichen nun die Beantwortung der Forschungsfragen.

8.1 Die Rolle österreichischen Brauchtums

Forschungsfrage 1: Welche Rolle spielen österreichische Bräuche im Untersuchungszeitraum in den ausgewählten Sendungen?

Die Sendungsverantwortlichen beantworteten diese Forschungsfrage dahingehend, dass sie dem österreichischen Brauchtum zum einen eine untergeordnete (Zurück zur Natur) und zum anderen eine sehr gewichtige Rolle (Hoagascht Raritäten) zuordneten. Definiert man nun Brauchtum vor allem als jenes während des Kirchenjahres und fokussiert sich, dem Untersuchungszeitraum entsprechend, auf Weihnachtsbräuche, so stimmt die Einschätzung der Sendungsverantwortlichen.

In Zurück zur Natur wurden nur in wenigen Wortmeldungen die Themen Krippenkunst und Weihnachten allgemein angesprochen. Sie beschränkten sich auf zwei Folgen der Sendung.

In Hoagascht Raritäten wurde hingegen ausführlich über Weihnachtsbräuche gesprochen. Krippenkunst und Perchtenlauf waren hier die Themen, die den Zuschauern am häufigsten präsentiert wurden. Alle vier Folgen widmeten sich zu einem großen Teil den Bräuchen in diesem Teil des Kirchenjahres.

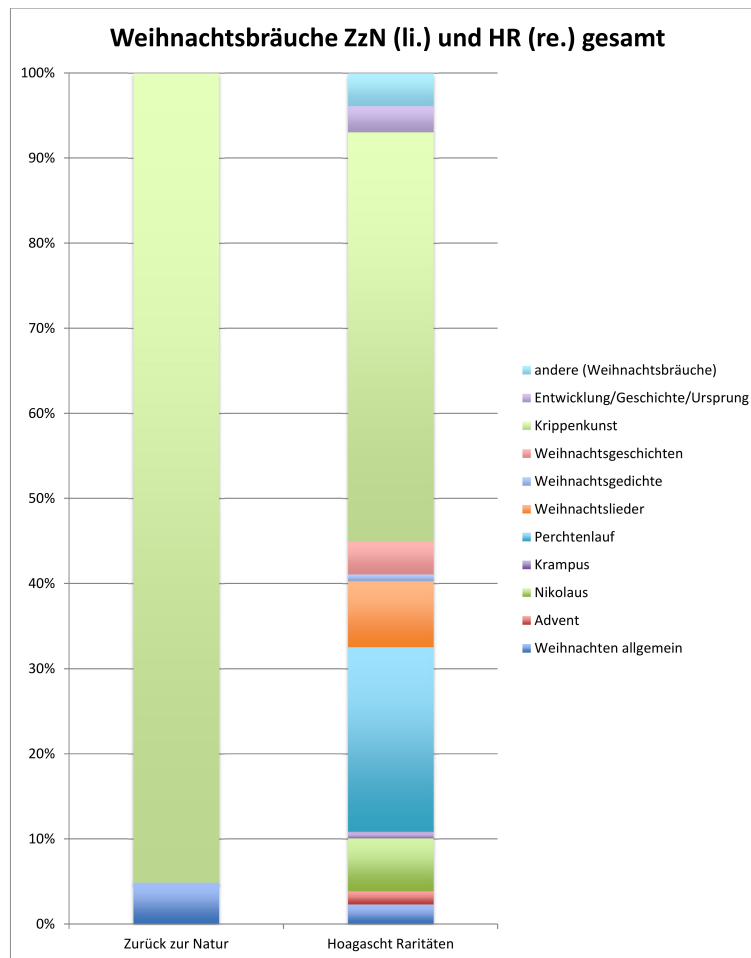


Abbildung 11: Weihnachtsbräuche in Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten im Vergleich, n=170 (Quelle: eigene Darstellung)

Weitet man den Begriff des Brauchtums allerdings auf bäuerliche Traditionen und Überlieferungen in Bezug auf Handwerk und alte Berufe aus und folgt damit der Definition von Ferrari (2014), die Brauchtum als „Ausdruck einer ganzheitlichen Lebensform mit entsprechender Lebensphilosophie, die ursprünglich alle Daseinsbereiche betraf“ und als „Ausdruck der Achtung vor der Natur und dem Leben selbst“ (Ferrari, 2014, S. 15) beschreibt, so spielte Brauchtum auch in Zurück zur Natur die unangefochtene Hauptrolle, wie der Inhaltsvergleich aller Folgen in Abb. 12 zeigt.

Was im Inhaltsvergleich auffällt, ist, dass Weihnachtsbräuche in Hoagascht Raritäten zwar die Hauptrolle spielten, aber nur knapp vor der Kategorie Porträt lagen. Dazu passt die Einschätzung von Redakteur Maximilian Kronberger, der Bräuche zwar als Aufhänger für die verschiedenen Geschichten sieht, sie aber als Grundgerüst und nicht als alleiniges Standbein versteht. (vgl. Kronberger, 2015)

8.2 Behandelte Themen im Untersuchungszeitraum

Forschungsfrage 2: Welche Themen werden im Untersuchungszeitraum durch die ausgewählten Sendungen behandelt?

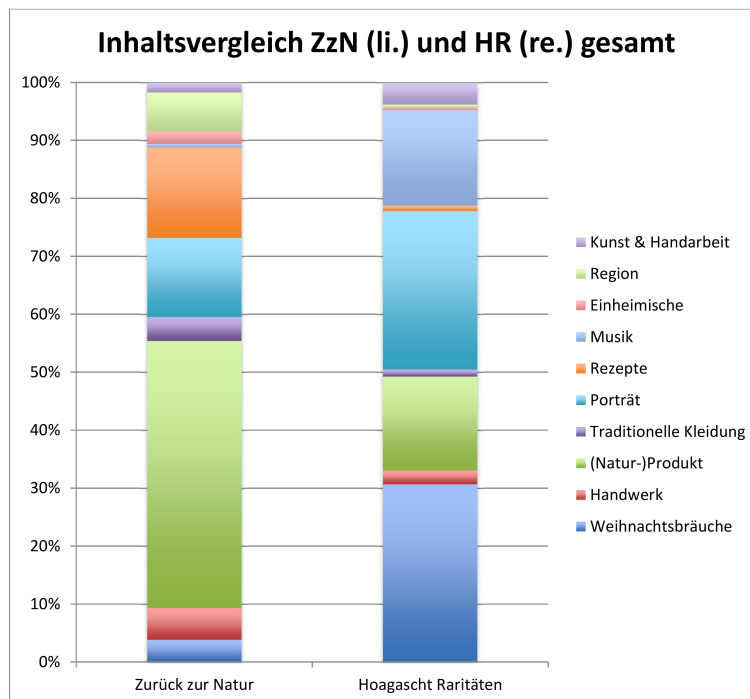


Abbildung 12: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten im gesamten Untersuchungszeitraum, $n=1476$ (Quelle: eigene Darstellung)

Wie die Abbildung zum Gesamtinhaltsvergleich zeigt, wurden in den analysierten Folgen Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten die Themen Weihnachtsbräuche, Handwerk, (Natur-)Produkt, Traditionelle Kleidung, Porträt, Rezepte, Musik, Einheimische, Region und Kunst & Handarbeit mehr oder weniger intensiv aufbereitet.

In Hoagascht Raritäten wurde, nach den Kategorien Weihnachtsbräuche und Porträt, den Bereichen Musik und (Natur-)Produkt beinahe gleich viel Aufmerksamkeit geschenkt.

In Zurück zur Natur stand mit großem Abstand zu den anderen Kategorien das (Natur-)Produkt im Mittelpunkt. Dahinter folgten Rezepte, Porträt und Region. Das Analyseergebnis deckt sich mit der Beschreibung durch die Sendungsverantwortliche Ines Scolik-Schwandner. Für sie ist die Sendung „eine Entdeckungsreise durch Österreichs Regionen, ein Besuch bei Menschen, die sich durch Idealismus, Traditionalismus und die Liebe zu ihrer Umwelt herausheben und tw. alternative Lebensformen in ihrem Alltag umsetzen“. (Scolik-Schwandner, 2015)

Beide Sendungen wurden jeweils an allen vier Adventsonntagen ausgestrahlt. Eine Gegenüberstellung für den ersten bis vierten Adventsonntag zeigt, dass sich die Schwerpunkte der einzelnen Folgen nicht deckten, teilweise nicht einmal überlappten.

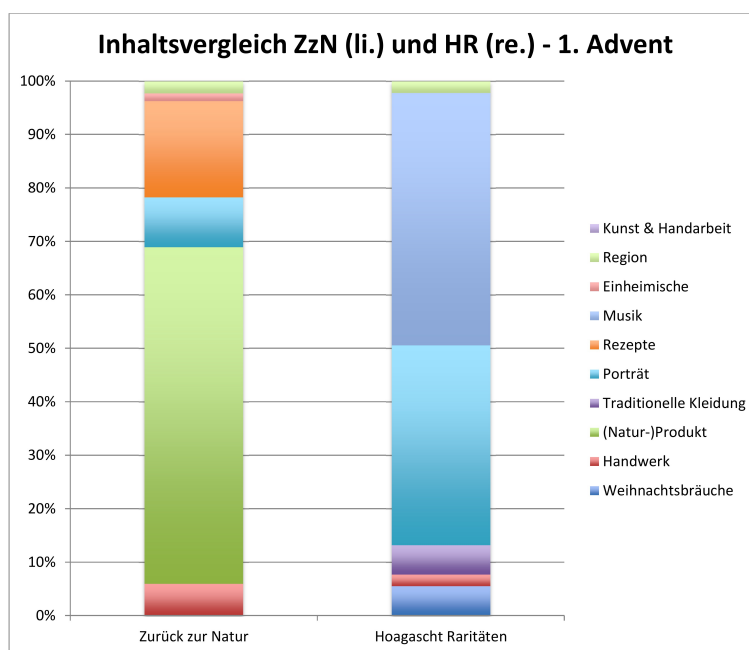


Abbildung 13: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten am 1. Advent 2014, n=358 (Quelle: eigene Darstellung)

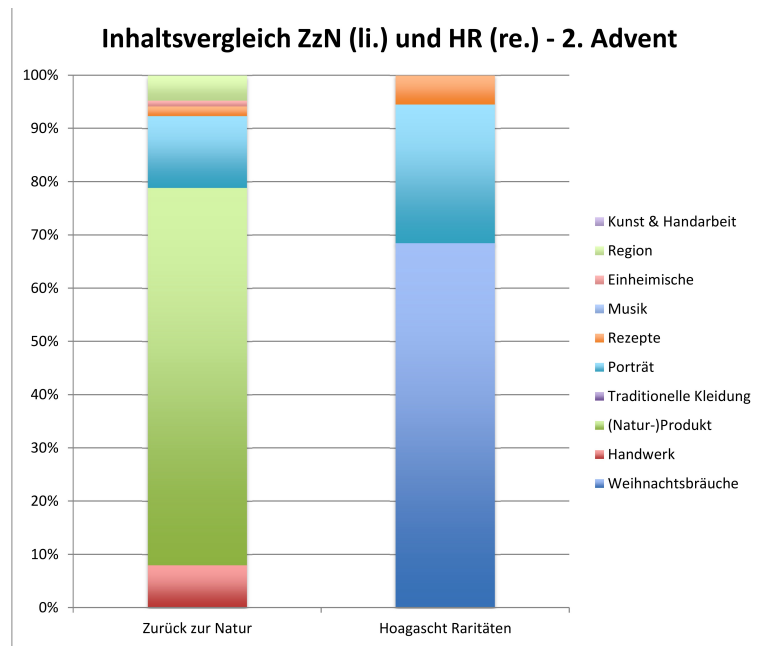


Abbildung 14: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten am 2. Advent 2014, n=347 (Quelle: eigene Darstellung)

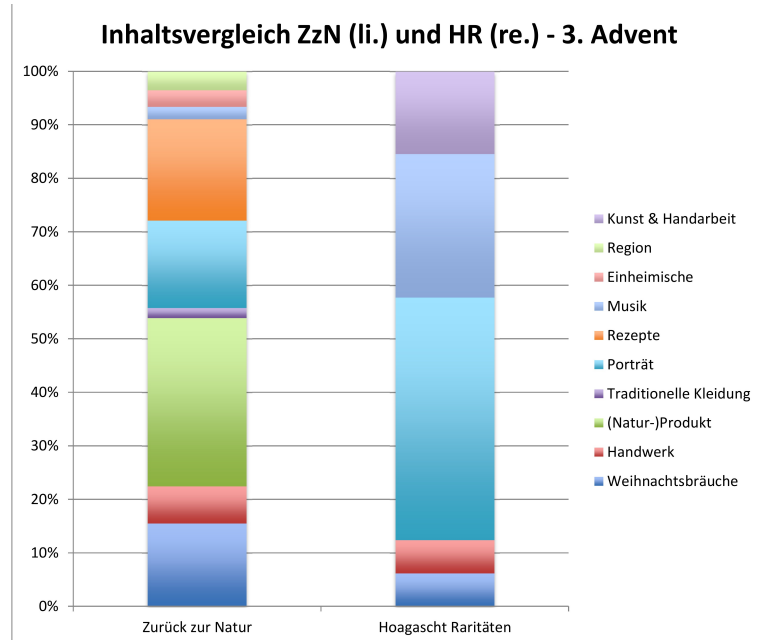


Abbildung 15: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten am 3. Advent 2014, n=355 (Quelle: eigene Darstellung)

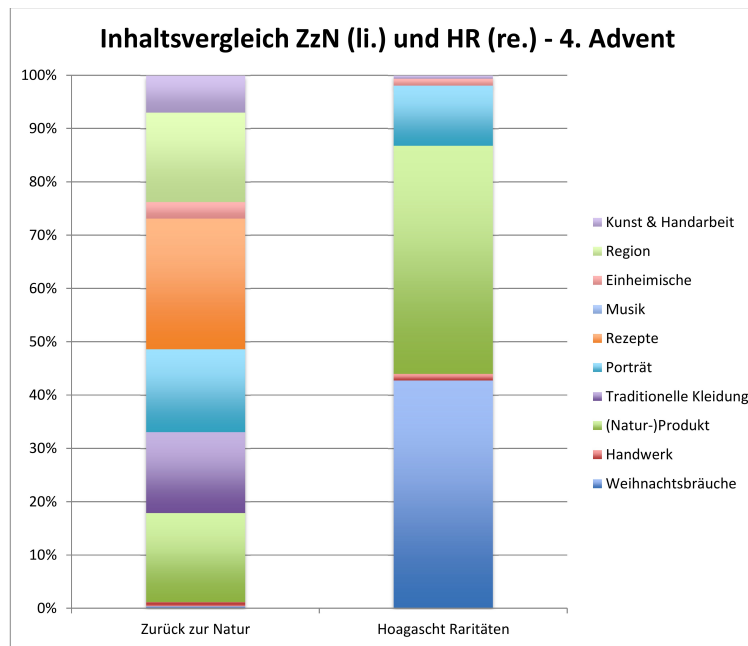


Abbildung 16: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten am 4. Advent 2014, n=416 (Quelle: eigene Darstellung)

Vergleicht man Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten über den Untersuchungszeitraum jeweils für sich und versucht, Themen zu identifizieren, die in jeder Folge einen ähnlich hohen Stellenwert einnahmen, zeigt sich, dass es in Zurück zur Natur die (Natur-)Produkte waren, die in drei von vier Folgen am bedeutendsten waren. Die Ausprägung der Kategorie Porträt war über alle vier Adventsontage etwa deckungsgleich. Kunst & Handarbeit kam nur in einer Folge vor.

Bei Hoagascht Raritäten waren Weihnachtsbräuche zwar immer vertreten, allerdings nur in der Hälfte der Folgen auch in einer wirklich starken Ausprägung. Kochrezepte und die Herstellung von (Natur-)Produkten spielten jeweils nur in einer Folge eine Rolle.

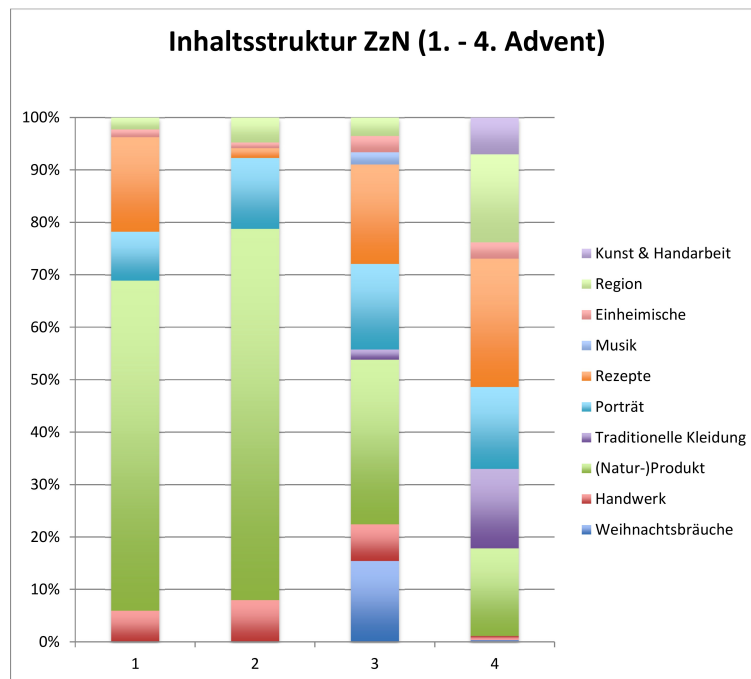


Abbildung 17: Vergleich der Inhaltsstruktur aller vier Folgen von Zurück zur Natur im Untersuchungszeitraum, n=1056 (Quelle: eigene Darstellung)

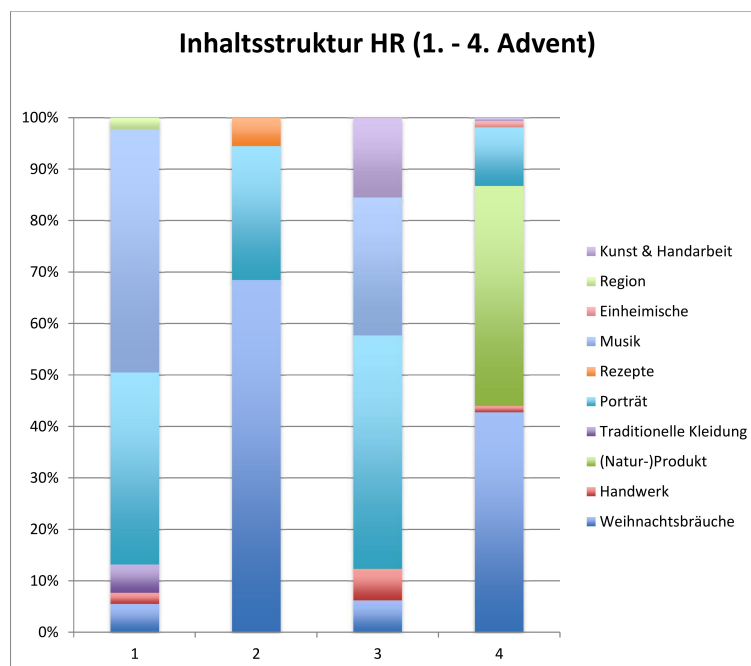


Abbildung 18: Vergleich der Inhaltsstruktur aller vier Folgen von Hoagascht Raritäten im Untersuchungszeitraum, n=420 (Quelle: eigene Darstellung)

Vom ersten bis zum dritten Adventsonntag lag der Fokus von Zurück zur Natur eindeutig auf (Natur-)Produkten. Auch am vierten Advent lag dieses Themenpaket nur sehr knapp hinter jenem der Rezepte. Das Hauptaugenmerk lag darauf, den Zuschauern die Herstellung der verschiedenen Produkte zu zeigen und näher zu bringen und sie über ihre wertvollen Inhaltsstoffe zu informieren.

In Hoagascht Raritäten spielten (Natur-)Produkte nur in jener Folge eine Rolle, in der Bertl Göttl gemeinsam mit einem Krippenbauer selbst eine solche herstellte. Um die Schwerpunkte innerhalb des Themas (Natur-)Produkte zu veranschaulichen, sei folgendes Diagramm angeführt:

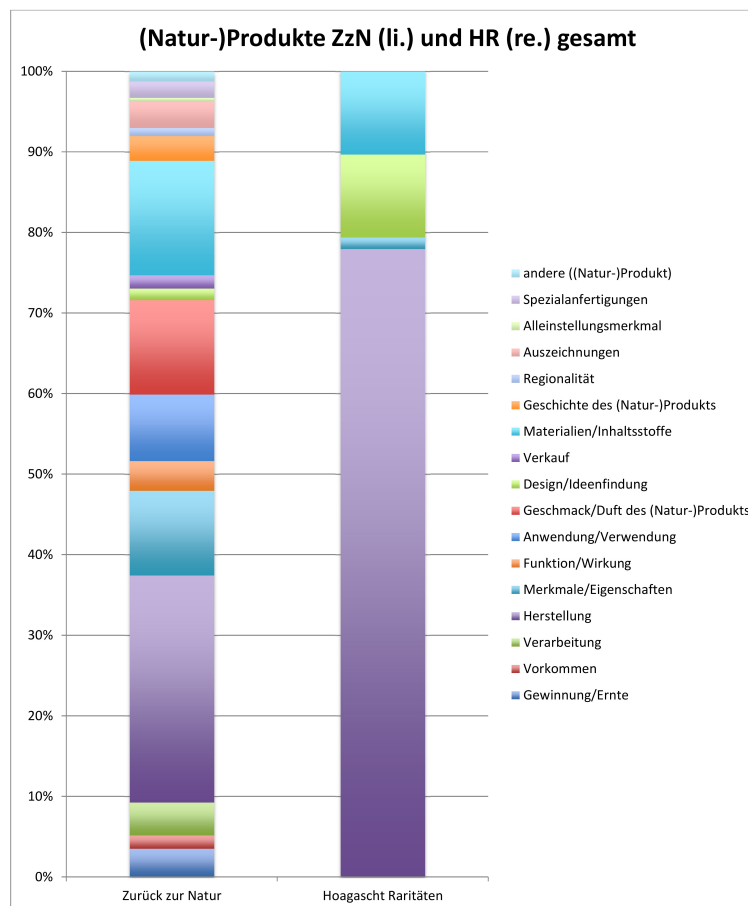


Abbildung 19: (Natur-)Produkte in Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten im Vergleich, n=554 (Quelle: eigene Darstellung)

8.3 Sendungscharakteristik: Analyseergebnisse vs. Expertensicht

Forschungsfrage 3: Inwiefern unterscheidet sich die Vorstellung der Sendungsverantwortlichen vom USP ihrer Sendung davon, wie diese sich im Untersuchungszeitraum präsentiert?

Ines Scolik-Schwandner definierte die prägnante Off-Stimme und das sich Einfügen der Moderatorin in den Alltag der Protagonisten, ohne zu stark einzugreifen, als USP der Sendung. (vgl. Scolik-Schwandner, 2015) Da sich die Beantwortung dieses Teils der Forschungsfrage mit jener auf die Frage nach der Rolle des Moderators deckt, ist eine genauere Aufschlüsselung Kapitel 8.4 zu entnehmen. Die Analyse zeigt, dass der Off-Sprecher tatsächlich eine sehr starke Position einnahm und in dieser Form in Hoagascht Raritäten nicht zu finden war. Maggie Entenfellner erwies sich als Kommentatorin und Fragenstellerin, die nur in seltenen Fällen lenkend ins Geschehen eingriff. Beide von der Sendungsverantwortlichen genannten Alleinstellungsmerkmale konnten somit durch die Analyse bestätigt werden.

Maximilian Kronberger strich den Fokus auf Brauchtum, Volkskultur und Volksmusik als USP von Hoagascht Raritäten heraus. Versteht man Volkskultur als Kulturform, die regional verankert ist, so steht sie nicht neben Brauchtum, Volksmusik und Co., sondern umfasst alle diese Begriffe und noch mehr. Auch überlieferte Rezepte, alte Handwerkskunst und das tief verwurzelte Wissen über die Herstellung regionaler Produkte fallen darunter. Die Analyse zeigt, dass genau diese Aspekte auch in Zurück zur Natur eine große Rolle spielen, wodurch sich herausstellt, dass es sich beim Fokus auf Volkskultur um kein Alleinstellungsmerkmal handelt.

8.4 Die Rolle des Moderators

Forschungsfrage 4: Welche Rolle nehmen der Moderator/die Moderatorin und der Off-Sprecher in den ausgewählten Sendungen ein?

Laut Einschätzung der Sendungsverantwortlichen nehmen die Moderatorin und der Off-Sprecher von Zurück zur Natur und der Moderator von Hoagascht Raritäten in den Sendungen zentrale Rollen ein. Nach Hickethier ist der Moderator jene Person, die dem Zuschauer hilft, das, was er in einer Sendung sieht, einzuordnen. Durch die oft direkte Ansprache des Publikums inklusive Blick in die Kamera stellt der Moderator eine Verbindung mit der Außenwelt her. (vgl. Hickethier, 2012, S. 179).

Maggie Entenfellner in Zurück zur Natur verzichtete komplett auf eine direkte Ansprache der Zuschauer. Sie war ausschließlich Gesprächspartner für die Protagonisten der Sendung.

Bertl Göttl richtete sich am Anfang jeder Folge Hoagascht Raritäten direkt an die Zuschauer, indem er in die Kamera blickte und sie konkret ansprach und zur Sendung begrüßte.

Um die von der Sendungsverantwortlichen Ines Scolik-Schwandner betonte, gewichtige Rolle des Off-Sprechers von Zurück zur Natur bestätigen oder widerlegen zu können, wurden seine Wortmeldungen mit jenen von Maggie Entenfellner und jenen der auftretenden Personen in Verhältnis gesetzt.

Beinahe die Hälfte aller Wortmeldungen stammte der Analyse zufolge vom Off-Sprecher und der Moderatorin. Ersterer kommt insgesamt öfter zu Wort als Maggie Entenfellner. Dies passt zu der Einschätzung von Ines Scolik-Schwandner, dass sich die Moderatorin eher im Hintergrund hält, der Off-Sprecher aber eine starke Rolle besetzt.

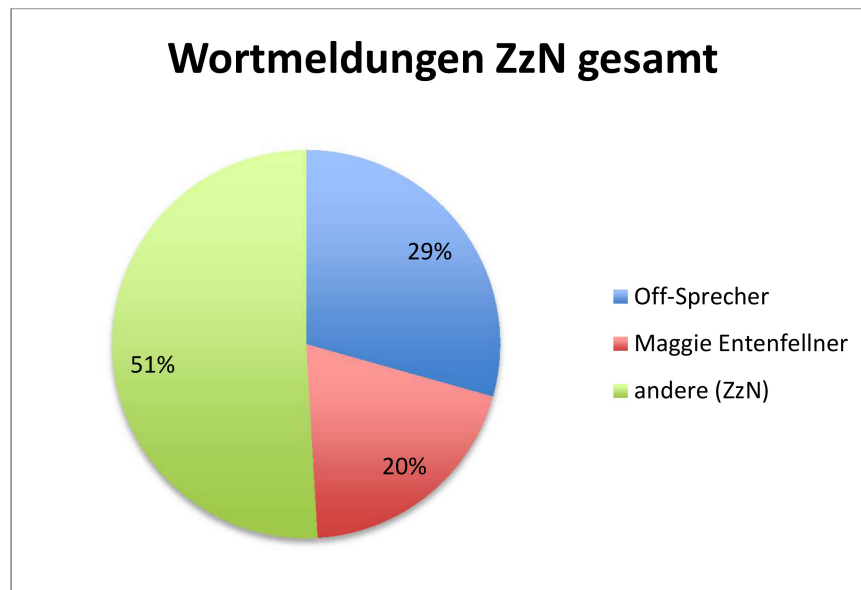


Abbildung 20: Verteilung der Wortmeldungen während Zurück zur Natur (gesamt), $n=1056$ (Quelle: eigene Darstellung)

Wie Abb. 21 zeigt, war die wichtigste Rolle des Off-Sprechers jene des Erzählers. Er führte die Zuschauer in die Sendungsthemen ein, lieferte Hintergrundinformationen über die Protagonisten und erzählte Wissenswertes zu den einzelnen Themen. Maggie Entenfellner fungierte zum größten Teil als Kommentatorin des Geschehens und als Fragestellerin. Das Ergebnis bestätigt die Aussage der Sendungsverantwortlichen, indem es zeigt, dass die Moderatorin keine vorwiegend lenkende, sondern eine kommentierend-interessierte Rolle einnahm.

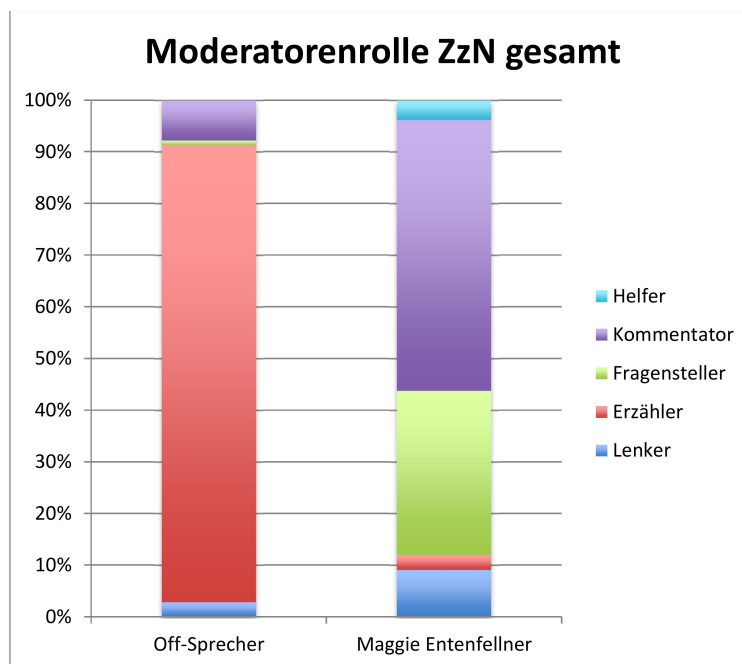


Abbildung 21: Rollenverteilung zwischen Off-Sprecher und Moderatorin in Zurück zur Natur (gesamt), n=518, (Quelle: eigene Darstellung)

In Hoagascht Raritäten entfiel, zählt man Bertl Göttl in Persona und aus dem Off als eine Person, beinahe die Hälfte aller Wortmeldungen auf den Moderator. Christina Brunauer trat in einer Folge für fünf Wortmeldungen als Moderatorin auf, ansonsten trat sie nur als Gast in Erscheinung.

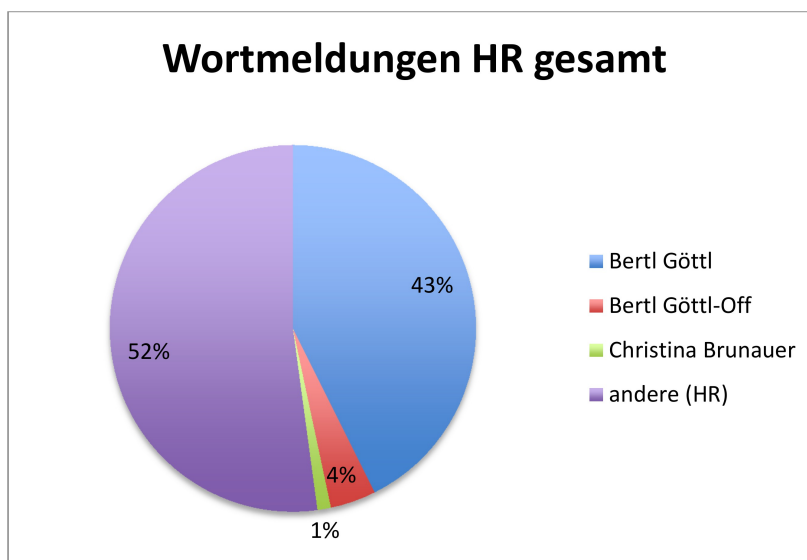


Abbildung 22: Verteilung der Wortmeldungen während Hoagascht Raritäten (gesamt), n=420 (Quelle: eigene Darstellung)

Wie bereits der Off-Sprecher von Zurück zur Natur, nimmt auch Bertl Göttl als Off-Sprecher vor allem die Rolle des Erzählers ein. Tritt er als Moderator in Erscheinung, so sind seine Rollen sehr viel gleichmäßiger verteilt als jene von Maggie Entenfellner. Auch bei ihm überwiegt das Auftreten als Kommentator und Fragensteller, er erzählt aber auch Hintergründe oder lenkt das Geschehen.

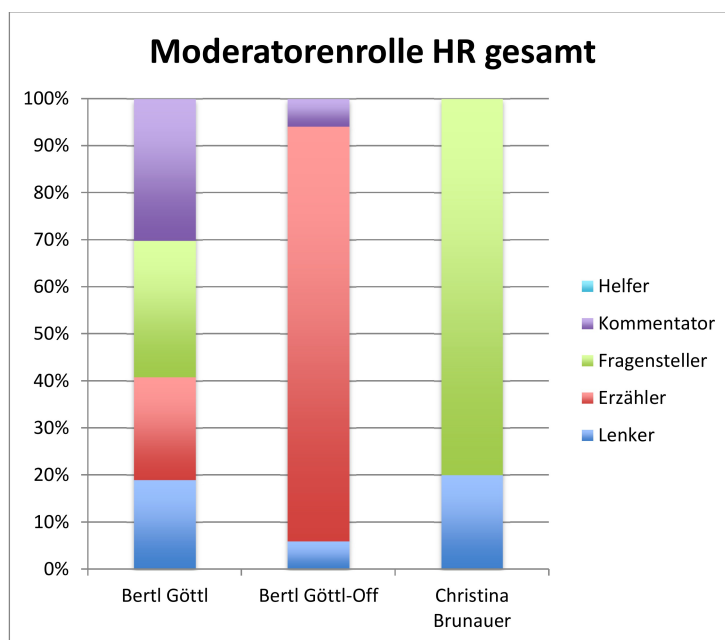


Abbildung 23: Rollenverteilung zwischen Off-Sprecher, Moderator und Moderatorin in Hoagascht Raritäten (gesamt), n=201 (Quelle: eigene Darstellung)

8.5 Der öffentlich-rechtliche Kernauftrag

Forschungsfrage 6: Welchen Aspekten des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags des ORF wird Hoagascht Raritäten im Untersuchungszeitraum gerecht?

Die Analyse zeigt, dass Servus TV durchaus in der Lage ist, mit Hoagascht Raritäten einige Punkte des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags des ORF zu erfüllen. Mit dem Fokus auf Volkskultur und der ausführlichen Präsentation von österreichischen Bräuchen aus verschiedenen

Teilen des Landes zur Förderung der regionalen Identität und zur Integration in die Gemeinschaft, von Volksmusik als grenzüberschreitendem Verbindungsglied zwischen Menschen und der Vorstellung von Personen, die ihren Kulturkreis durch die Weitergabe alten Kulturguts geprägt haben, entspricht Hoagascht Raritäten folgenden Aspekten des § 4 Abs. 1 ORF-G, 2014:

Z1: Umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen

Z3: Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration

Z5: Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft

Z7: Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots

8.6 Formale Gestaltung des Untersuchungsmaterials

Forschungsfrage 7: Inwiefern unterscheiden sich die ausgewählten Sendungen in ihrer formalen Gestaltung?

Jede Folge von Zurück zur Natur (mit Ausnahme der Folge vom 21. Dezember 2014, die durch ihre Gestaltung als Jahresrückblick eine Sonderstellung einnimmt und deshalb nicht als Beispiel für eine reguläre Folge herangezogen werden kann) bestand aus vier Handlungssträngen. Im Intro wurden ebendiese angeteasert, indem die Protagonisten der Folge in Form von Ausschnitten aus der kommenden Folge erstmals gezeigt wurden. Maggie Entenfellner trat in je einem der Handlungsstränge pro Folge als Protagonistin auf und fügte sich in den Alltag ihrer Gastgeber ein.

Jede Folge der Hoagascht Raritäten begann mit einem vorweihnachtlichen Intro im gleichen Setting. Dabei saß Bertl Göttl in der Wirtsstube

eines Landgasthauses und richtete, mit einem Adventkranz auf dem Tisch und einer Krippe im Hintergrund, einleitende Worte an die Zuschauer. Im Verlauf der Folgen war der Moderator in beinahe jeder Sequenz zu sehen. Selten beobachtete er nur vom Rand, meist nahm er aktiv am Geschehen teil, indem er Fragen stellte, erzählte oder z.B. mit den Kindern Tischfußball spielte. Hoagascht Raritäten war nicht in Handlungsstränge eingeteilt. Es gab pro Folge eine Hauptgeschichte, die durch Einspielungen zum Thema ergänzt wurde.

Das Protokoll zeigt, dass jede Sequenz von Zurück zur Natur teilweise oder zur Gänze von Instrumentalmusik untermalt wurde. Hierbei handelte es sich zumeist um sehr ruhige, langsame Melodien. Darin spiegelt sich auch die im Experteninterview von Ines Scolik-Schwandner angesprochene Langsamkeit der Sendung im Sinne von „sich Zeit nehmend“ (Scolik-Schwandner, 2015) wider.

In Hoagascht Raritäten spielte Hintergrundmusik eine sehr untergeordnete Rolle. Nur in wenigen Sequenzen wurde diese eingespielt. Während Interviewsequenzen wurde auf ablenkende Geräusche verzichtet. Musik trat dafür in drei von vier Sendungen als Live-Musik in Erscheinung, die den Hauptbestandteil ihrer jeweiligen Sequenz bildete.

Die meisten Folgen von Hoagascht Raritäten endeten so, wie sie (nach dem Intro) begonnen hatten. So waren es der Auftritt der Wiltenener Sängerknaben in der Kirche, das Zusammensitzen in der Stube, der Auftritt des Burghauser Gemshorntrios in der Kirche und die Detailansichten von Krippen, die die Start- und Endpunkte der vier Folgen bildeten.

9 Fazit & Ausblick

Mit Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten hatte sowohl der öffentlich-rechtliche Fernsehsender ORF 2, als auch der privatwirtschaftlich organisierte TV-Anbieter Servus TV eine Sendung im vorweihnachtlichen Programm des Jahres 2014, die den Zuschauern einen Blick in ein ursprünglicheres Österreich ermöglichte. Obwohl Servus TV keinen Programmauftrag zu erfüllen hat, ließen sich doch einige Aspekte des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags des ORF herausfiltern, die im Analysezeitraum von Hoagascht Raritäten abgedeckt worden wären.

So ähnlich die beiden Sendungen auf den ersten Blick anmuteten – bedingt durch ihre Moderatoren Maggie Entenfellner und Bertl Göttl, die während jeder Folge aktiv am Geschehen teilhaben und gemeinhin als Aushängeschild für die jeweilige Sendung gelten – so unterschiedlich erwiesen sie sich in ihrer Themenstruktur. Während in Hoagascht Raritäten vor allem alte Weihnachtsbräuche auf das Fest einstimmen sollten, unterwarf sich Zurück zur Natur nicht der Erwartung, im Advent auch wirklich vorweihnachtliche Themen aufs Tableau zu bringen. Stattdessen wurden zwar vereinzelt adventliche Elemente eingestreut, ansonsten standen aber, wie auch im Rest des Jahres, die Menschen einer Region und ihr Leben mit der Natur im Mittelpunkt.

Österreichisches Brauchtum im Generellen, als ganzheitliche Lebensform und Lebensphilosophie in allen Daseinsbereichen verstanden, spielte aber sehr wohl eine zentrale Rolle in Zurück zur Natur.

Der Methodenmix aus qualitativer Inhaltsanalyse, Sequenzprotokoll und Experteninterviews erwies sich als effizient und erlaubte einen sehr tiefen Einblick in das Analysematerial und in die Beweggründe der Sendungsverantwortlichen, die Sendungen in ihrer jeweiligen Form zu gestalten. Die Forschungsergebnisse konnten stets mit den Aussagen von Ines Scolik-

Schwandner und Maximilian Kronberger in Verbindung gebracht werden.

Da sich derzeit in Teilen der Gesellschaft eine Rückbesinnung auf eine bewusstere Lebensführung erkennen lässt und traditionelle Kleidung eine Renaissance erlebt, ist zu vermuten, dass Sendungen wie Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten auch in Zukunft ihren Sendeplatz finden werden. Deshalb wäre eine weiterführende Forschung mit Konzentration auf die Rezipientenseite wünschenswert. Es wäre auch für die Sendungsverantwortlichen interessant, herauszufinden, ob das Bild, das sie mit ihren Sendungen vom Leben in Österreich zeichnen möchten, so auch bei den Zuschauern ankommt. Warum greifen sie regelmäßig zur Fernbedienung, um sich mit den Traditionen im eigenen Land zu befassen? Welche Emotionen werden ausgelöst, welche Assoziationen geweckt? Wird Identität gestiftet? Diese Erkenntnisse über die Gefühlswelt der Fernsehzuschauer liegen bislang noch im Dunkeln.

Literaturverzeichnis

Birkhäuser, J. (2009). Weihnachten in Österreich. Thiele & Brandstätter Verlag GmbH München und Wien.

Bonfadelli, H. et al. (2010). Einführung in die Publizistikwissenschaft. Haupt Berne.

Burkart, R., Homberg, W. (Hg.) (2007). Kommunikationstheorien. Wilhelm Braumüller Universitäts-Verlagsbuchhandlung Ges.m.b.H. Wien.

Burkart, R. (2002): Kommunikationswissenschaft. Böhlau Verlag Ges. m. b. H. und Co. KG Wien – Köln – Weimar.

Fasolt-Baker, S. (1999). Das Österreichbewusstsein im ORF: eine Untersuchung am Beispiel der Fernsehsendung Willkommen Österreich. Diplomarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Universität Wien.

Felgenhauer, T. (2012). Strategic Regionalization and the Media: Examples from Germany's Regional Public Broadcasts. *Regional Studies*, 47:8, pp. 1220-1234.

Ferrari, W. (2014). Alte Bräuche neu erleben – Fest und Alltag im Rhythmus der Jahreszeiten. Leopold Stocker Verlag Graz.

Haas, H., Jarren, O. (Hg.) (2002). Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wilhelm Braumüller Universitäts-Verlagsbuchhandlung Ges.m.b.H. Wien.

Hickethier, K. (2012). Film- und Fernsehanalyse. Verlag J. B. Metzler Stuttgart – Weimar.

Kiefer, M. L. (2003). Unverzichtbar oder überflüssig? Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Multimediawelt, in: Langenbacher, W. (Hg.). (2003). Elektronische Medien, Gesellschaft und Demokratie. Wilhelm Braumüller Universitäts-Verlagsbuchhandlung Ges.m.b.H Wien.

Kreuzer, H., Schumacher, H. (Hrsg.) (1988). Magazine audiovisuell. Politische und Kulturmagazine im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland. Wissenschaftsverlag Volker Spiess GmbH Berlin.

Kronberger, M. (2015). Interview mit dem Redakteur von Hoagascht bei Servus TV. 13.02.2015. Durchgeführt von Praschak, M.

Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz Verlag Weinheim und Basel.

Meier, K. (2013). Journalistik. UVK Verlagsgesellschaft mbH Konstanz und München

o.V. (2007). Advent und Weihnachten in Österreich. Verlag Carl Ueberreiter Wien.

Patschok, R. M. (2005). Der Wandel von traditionellen Brauchtumsgruppen zu modernen Entertainern. Diplomarbeit an der Fakultät für Sozialwissenschaften. Universität Wien.

Scolik-Schwandner, I. (2015). Interview mit der Sendungsverantwortlichen von Zurück zur Natur beim ORF. 25.02.2015. Durchgeführt von Praschak, M.

Weber, S. (Hrsg.) (2010). Theorien der Medien. UVK Verlagsgesellschaft mbH Konstanz.

Onlinequellen-Verzeichnis

3sat, Unternehmen, o.J., <http://www.3sat.de/page/?source=/specials/unternehmen/138540/index.html>, zuletzt abgerufen am 01.12.2014

APA OTS, Aussendung vom 01.10.2007, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20071001_OTS0274/orf-publikumsrat-stellt-ergebnisse-der-publikumsbefragung-zum-oeffentlich-rechtlichen-nutzen-vor, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 16.04.2012, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120416_OTS0118/die-rolle-oeffentlich-rechtlicher-medien-im-internet, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 22.01.2013, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130122_OTS0150/maggie-entenfellner-praesentiert-zurueck-zur-natur-neu-ab-27-jaenner-in-orf-2, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 28.01.2013, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130128_OTS0142/3244-millionen-sahen-kitzbuehel-wochenende-im-orf-mit-13-millionen-topwert-fuer-slamom, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 01.02.2013a, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130201_OTS0122/zurueck-zur-natur-am-3-februar-in-orf-2, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 01.02.2013b, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130201_OTS0230/orf-fernsehen-im-jaenner-2013-marktanteil-stabil-bei-389-prozent, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 02.04.2013, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130402_OTS0186/orf-fernsehen-379-prozent-marktanteil-im-ersten-quartal, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 05.09.2013, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130905_OTS0163/maggie-entenfellner-praesentiert-zurueck-zur-natur, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 23.10.2013a, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130905_OTS0163/maggie-entenfellner-praesentiert-zurueck-zur-natur, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 23.10.2013b, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20131023_OTS0149/aufgetischt-

[im-kamptal-zu-allerheiligen-in-orf-2](#), zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 02.01.2014,
http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20140102_OTS0112/orf-fernsehen-im-jahr-2013-372-prozent-marktanteil-fuer-orf-senderfamilie, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

APA OTS, Aussendung vom 27.03.2014,
http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20140327_OTS0236/unterhaltung-als-oeffentlich-rechtlicher-auftrag, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

Breitschneider, R./Hawlik, J., Programm und Auftrag: Zwischen Qualität und Quote, o.J., http://mediaresearch.orf.at/c_studien/qualitaetsmonitoring.pdf, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

Bundeskanzleramt, Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (ORF-G), 2014,
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung/Bundesnormen/10000785/ORF-G%2c%20Fassung%20vom%2002.11.2014.pdf>, zuletzt abgerufen am 02.11.2014

Bundeskanzleramt, Bundesgesetz über audiovisuelle Mediendienste (AMD-G), 2015, <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001412>, zuletzt abgerufen am 18.03.2015

derStandard.at (2011),
<http://derstandard.at/1319183205509/Finanzierungssystem-ORF-Budget-wird-immer-gebuehrenlastiger>, zuletzt abgerufen am 22.02.2015

derStandard.at (2014), <http://derstandard.at/2000005284435/ATV-tritt-aus-Verband-Oesterreichischer-Privatsender-aus>, zuletzt abgerufen am 02.11.2014

Duden, Brauch, der, o.J., <http://www.duden.de/rechtschreibung/Brauch>, zuletzt abgerufen am 24.08.2014

Duden, Brauchtum, das, o.J.,
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Brauchtum>, zuletzt abgerufen am 24.08.2014

DVB-T, TV-Empfang Österreichweit, o.J., <http://www.dvb-t.at/tv-empfang-oesterreichweit/index.html>, zuletzt abgerufen am 11.11.2014

Facebook, Im Zentrum, 2014, <https://www.facebook.com/ImZentrum?fref=ts>, zuletzt abgerufen am 09.12.2014

Facebook, ORF, 2014, <https://www.facebook.com/ORF>, zuletzt abgerufen am 09.12.2014

Facebook, Servus TV, 2014,
<https://www.facebook.com/BessereUnterhaltung>, zuletzt abgerufen am 12. Dezember 2014

Facebook, Willkommen Österreich, 2014,
<https://www.facebook.com/WillkommenOesterreich?fref=ts>, zuletzt abgerufen
am 09.12.2014

Facebook, Zeit im Bild, 2014,
<https://www.facebook.com/WillkommenOesterreich?fref=ts>, zuletzt abgerufen
am 09.12.2014

Google+, Servus TV, o.J., <https://plus.google.com/+ServusTV/posts>, zuletzt
abgerufen am 13.01.2015

kath.de, o.J., <http://www.kath.de/Kirchenjahr/>, zuletzt abgerufen am
22.02.2015

K zwei, Brauchtum, o.J., <http://www.kzwei.at/brauchtum/>, zuletzt abgerufen
am 17.08.2014

K zwei, Die österreichische Kultur, o.J., <http://www.kzwei.at/>, zuletzt abgeru-
fen am 17.08.2014

Nationalpark Hohe Tauern, Dialektplattform, o.J.,
<http://old.hohetauern.at/mundart/begriffe-ansehen/3016-hoagaschtn.html>, zu-
letzt abgerufen am 19.02.2015

ORF Kundendienst, FM4, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/programm/radio/fm4.html>, zuletzt abgerufen am
04.12.2014

ORF Kundendienst, Ines Scolik-Schwandner, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/orfstars/schwandner.html>, zuletzt abgerufen am
21.03.2015

ORF Kundendienst, Maggie Entenfellner, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/programm/orfstars/entenfellner.html>, zuletzt abgeru-
fen am 17.08.2014

ORF Kundendienst, ORF-Fernsehen im Jänner 2013, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/zahlen/kasat1301.html>, zuletzt abge-
rufen am 16.08.2014

ORF Kundendienst, ORF-Fernsehen im Februar 2013, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/zahlen/kasat1302.html>, zuletzt abge-
rufen am 16.08.2014

ORF Kundendienst, ORF-Fernsehen im ersten Quartal 2013, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/zahlen/kasat1303.html>, zuletzt abge-
rufen am 16.08.2014

ORF Kundendienst, ORF-Fernsehen Jänner bis April 2013, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/zahlen/kasat1304.html>, zuletzt abge-
rufen am 16.08.2014

ORF Kundendienst, ORF-Fernsehen im Jahr 2013, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/zahlen/kasat1305.html>, zuletzt abge-

rufen am 16.08.2014

ORF Kundendienst, ORF-Fernsehen im Jahr 2014, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/zahlen/kasat1409.html>, zuletzt abgerufen am 01.11.2014

ORF Kundendienst, ORF-Nachlese a, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/publikationen/nachlese.html>, zuletzt abgerufen am 08.12.2014

ORF Kundendienst, ORF-Nachlese b, o.J.,
http://kundendienst.orf.at/publikationen/nachlese_offenlegung.html, zuletzt abgerufen am 08.12.2014

ORF Kundendienst, ORF Spartenkanal ORF III,
<http://kundendienst.orf.at/programm/angebote/orfdrei.html>, zuletzt abgerufen am 02.12.2014

ORF Kundendienst, ORF Sport +, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/programm/angebote/orfsportplus.html>, zuletzt abgerufen am 02.12.2014

ORF Kundendienst, Stiftungsrat, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/menschen/gremien/stiftung.html>, zuletzt abgerufen am 01.12.2014

ORF Kundendienst, Zurück zur Natur, o.J.,
http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/zurueck_zur_natur.html, zuletzt abgerufen am 17.08.2014

ORF Medienforschung, Die meistgesehenen Sendungen, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_hitliste.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Fernsehnutzung in Österreich, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_nutzungsverhalten.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Geschichtsbewusstsein, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_geschichtsbewusstsein.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Geschichtsbewusstsein Textkommentar (2004),
http://mediaresearch.orf.at/c_studien/geschichtsbewusstsein.pdf, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Marktanteile öffentlich-rechtlicher Sender in Westeuropa 2007, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/c_international/console/console.htm?y=1&z=2, zuletzt abgerufen am 27.11.2014

ORF Medienforschung, Motive Fernseh- vs. Internet-Nutzung, o.J.,

http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_Nutzungsmotive_TV_Internet.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, ORF-Publikumsratsstudie 2008, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_Europa.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Qualitätsmonitoring, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_monitor.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Studie Nutzungsmotive (2008),
http://mediaresearch.orf.at/c_studien/Studie%20Nutzungsmotive%20TV%20Internet.pdf, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Studie Sprache im ORF, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_sprache.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, Technischer Empfang / Haushaltsausstattung, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_heimel.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Medienforschung, TV-Marktanteile, o.J.,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_ma.htm, zuletzt abgerufen am 16.08.2014

ORF Public Value, o.J., http://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=116, zuletzt abgerufen am 09.12.2014

ORF Publikumsrat, Charta des ORF, o.J.,
<http://publikumsrat.orf.at/charta.html>, zuletzt abgerufen am 02.11.2014

ORF Publikumsrat, Programmrichtlinien, o.J.,
<http://publikumsrat.orf.at/prl2006.pdf>, zuletzt abgerufen am 02.11.2014

Pinterest, Servus TV, o.J., <http://de.pinterest.com/servustv/>, zuletzt abgerufen am 13.01.2015

Österreich – ankommen und aufleben, Brauchtum, o.J.,
<http://www.austria.info/at/leidenschaft-fuer-tradition>, zuletzt abgerufen am 17.08.2014

RTR, Über uns, o.J.,
<http://kundendienst.orf.at/unternehmen/zahlen/kasat1409.html>, zuletzt abgerufen am 01.11.2014

RTR, KommAustria, o.J., <https://www.rtr.at/de/rtr/OrganeKommAustriam>, zuletzt abgerufen am 01.11.2014

RTR, Publikationen, Public Value und privater Rundfunk in Österreich, Schriftenreihe der RTR-GmbH (2010),
https://www.rtr.at/de/komp/SchriftenreiheNr12010/4463_Band1-2010.pdf, zu-

letzt abgerufen am 01.11.2014

RTR, TKK, o.J., <https://www.rtr.at/de/rtr/OrganeTKK>, zuletzt abgerufen am 01.11.2014

RTR, PCK, o.J., <https://www.rtr.at/de/rtr/PostControlKommission>, zuletzt abgerufen am 01.11.2014

Servus am Marktplatz, o.J.,
<http://www.servusmarktplatz.at/ser/cms/philosophy>, zuletzt abgerufen am 13.01.2015

Servus in Stadt & Land, o.J., <http://b2b.servusmagazin.com/>, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus in Stadt & Land, Daten & Fakten, o.J.,
<http://b2b.servusmagazin.com/fakten-preise/daten-fakten/>, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus in Stadt & Land Gute Küche, o.J.,
http://b2b.servusgutekueche.at/de_AT/, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus in Stadt & Land Kinder, Daten & Fakten, o.J.,
http://b2b.servuskinder.at/de_AT/fakten-preise/daten-fakten/, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus in Stadt & Land Kinder, Unsere Welt, o.J.,
http://b2b.servuskinder.at/de_AT/positionierung/unsere-welt/, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus TV, Der Sender, o.J., http://www.servustv.biz/de_AT/der-sender/, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus TV, Programmschema, o.J., http://www.servustv.biz/de_AT/der-sender/programmschema/, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus TV, Servus TV Kompakt, o.J., http://www.servustv.biz/de_AT/der-sender/servus-tv-kompakt/, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus TV, Sendungen, o.J., <http://www.servustv.com/at/Sendungen>, zuletzt abgerufen am 31.12.2014

Servus TV, Sendungen, Hoagascht, o.J.,
<http://www.servustv.com/at/Sendungen/Hoagascht>, zuletzt abgerufen am 17.08.2014

Servus TV, Sendungen, Unterwegs mit Bertl Göttl, o.J.,
<http://www.servustv.com/at/Sendungen/Unterwegs-mit-Bertl-Goettl>, zuletzt abgerufen am 17.08.2014

Servus TV, Unternehmen, Moderatoren, Bertl Göttl, o.J.,
<http://www.servustv.com/at/Unternehmen/Moderatoren/Bertl-Goettl>, zuletzt abgerufen am 17.08.2014

Servus TV, Unternehmen, Moderatoren, Christina Brunauer, o.J.,

<http://www.servustv.com/at/Unternehmen/Moderatoren/Christina-Brunauer>,
zuletzt abgerufen am 17.08.2014

Servus TV, Unternehmen, Presse, o.J.,
<http://www.servustv.com/at/Unternehmen/Presse>, zuletzt abgerufen am
17.08.2014

Servus TV, Unternehmen, Über uns, o.J.,
<http://www.servustv.com/at/Unternehmen/Presse>, zuletzt abgerufen am
17.08.2014

Statistik Austria, Mitglieder des Bundes Österreichischer Trachten- und Heimatverbände nach Bundesländern 2012 (2013),
http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/volkskultu_r_heimat-_und_brauchumpflege/021016.html, zuletzt abgerufen am
24.08.2014

Statistik Austria, Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung nach Reisezielen (2014),
http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/reisegewohnheiten/06954_1.html, zuletzt abgerufen am 24.08.2014

Trachtenverein „Murtaler Pernegg“, Brauchtum, o.J., http://www.tv-murtaler.at/?page_id=192, zuletzt abgerufen am 22.09.2014

Twitter, ORF, 2014, <https://twitter.com/ORF>, zuletzt abgerufen am 09.12.2014

Verfassungsgerichtshof Österreich, 2013, https://www.vfgh.gv.at/cms/vfgh-site/attachments/3/2/8/CH0004/CMS1378797990348/orf_facebook_2013_pr esseinformation.pdf, zuletzt abgerufen am 09.12.2014

VÖP, Mitglieder TV Sender national, o.J., <http://www.voep.at/mitglieder/432-mitgliedertvnational.html>, zuletzt abgerufen am 02.11.2014

VÖP, Mitglieder TV Sender regional, o.J., <http://www.voep.at/mitglieder/202-mitgliedertvregional.html>, zuletzt abgerufen am 02.11.2014

WKO, o.J.,
https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Telekommunikations—und-Rundfunkunternehmungen/Infos-fuer-Rundfunksender/Sonstige/Was_ist_unter_einem_audiovisuellen_Mediendienst_zu_verstehe.html, zuletzt abgerufen am 18.03.2015

YouTube, Servus TV, o.J. <http://www.youtube.com/user/ServusTV/>, zuletzt abgerufen am 05.01.2015

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Weihnachtszeit im Kirchenjahr. (Quelle: kath.de, o.J.).....	20
Abbildung 2: Online-Angebot des ORF im Überblick (Quelle: ORF Public Value, o.J.).....	36
Abbildung 3: Facebook-Titelbild des ORF im Dezember 2014. (Quelle: Facebook, ORF, 2014).....	37
Abbildung 4: Beispiel für die Twitter-Kommunikation des ORF (Quelle: Twitter, ORF, 2014).....	38
Abbildung 5: Facebook-Titelbild von Servus TV im Dezember 2014. (Quelle: Facebook, Servus TV, 2014).....	43
Abbildung 6: Facebook-Posting von Servus TV im Dezember 2014 (Quelle: Facebook, Servus TV, 2014).....	43
Abbildung 7: Pinterest-Profil von Servus TV (Quelle: Pinterest, Servus TV, o.J.).....	44
Abbildung 8: Pinterest-Pinnwand von Servus TV zum Thema Weihnachten (Quelle: Pinterest, Servus TV, o.J.).....	45
Abbildung 9: Startseite von Servus am Marktplatz (Quelle: Servus am Marktplatz, o.J.).....	46
Abbildung 10: Zurück zur Natur nach Sinus-Milieus. (Quelle: ORF Markt- und Medienforschung, zVg von Ines Scolik-Schwandner).....	109
Abbildung 11: Weihnachtsbräuche in Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten im Vergleich, n=170 (Quelle: eigene Darstellung).....	114
Abbildung 12: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten im gesamten Untersuchungszeitraum, n=1476 (Quelle: eigene Darstellung).....	115
Abbildung 13: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht	

Raritäten am 1. Advent 2014, n=358 (Quelle: eigene Darstellung).....	116
Abbildung 14: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht	
Raritäten am 2. Advent 2014, n=347 (Quelle: eigene Darstellung).....	117
Abbildung 15: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht	
Raritäten am 3. Advent 2014, n=355 (Quelle: eigene Darstellung).....	117
Abbildung 16: Vergleich der Inhalte von Zurück zur Natur und Hoagascht	
Raritäten am 4. Advent 2014, n=416 (Quelle: eigene Darstellung).....	118
Abbildung 17: Vergleich der Inhaltsstruktur aller vier Folgen von Zurück zur	
Natur im Untersuchungszeitraum, n=1056 (Quelle: eigene Darstellung).....	119
Abbildung 18: Vergleich der Inhaltsstruktur aller vier Folgen von Hoagascht	
Raritäten im Untersuchungszeitraum, n=420 (Quelle: eigene Darstellung).	119
Abbildung 19: (Natur-)Produkte in Zurück zur Natur und Hoagascht Raritäten	
im Vergleich, n=554 (Quelle: eigene Darstellung).....	120
Abbildung 20: Verteilung der Wortmeldungen während Zurück zur Natur	
(gesamt), n=1056 (Quelle: eigene Darstellung).....	123
Abbildung 21: Rollenverteilung zwischen Off-Sprecher und Moderatorin in	
Zurück zur Natur (gesamt), n=518, (Quelle: eigene Darstellung).....	124
Abbildung 22: Verteilung der Wortmeldungen während Hoagascht Raritäten	
(gesamt), n=420 (Quelle: eigene Darstellung).....	124
Abbildung 23: Rollenverteilung zwischen Off-Sprecher, Moderator und	
Moderatorin in Hoagascht Raritäten (gesamt), n=201 (Quelle: eigene	
Darstellung).....	125

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kategoriensystem der Inhaltsanalyse (Quelle: eigene Darstellung)

.....62

Abkürzungsverzeichnis

AMD-G	Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz
bzw.	beziehungsweise
ebd.	Ebenda
et al.	et alii (lat. und andere)
etc.	et cetera
HR	Hoagascht Raritäten
o.J.	ohne Jahr
ORF	Österreichischer Rundfunk
ORF-G	ORF-Gesetz
o.V.	ohne Verfasser
PrTV-G	Privatfernsehgesetz
u.a.	unter anderem
USP	Unique selling proposition
z.B.	zum Beispiel
zit. nach	zitiert nach
zVg	zur Verfügung gestellt
ZzN	Zurück zur Natur

Anhang

Codebuch

Quelle	Folge	Code	Sendung	Code	Anmerkungen
	Zirbenland	11	Zurück zur Natur	1	
	Traunviertel	12			
	Das innere Almtal	13			
	Im Jahreskreis	14			
	Wiltener Sängerknaben	21	Hoagascht Raritäten	2	
	Musikalisches Restessen – Strohschab und Buttenmandl	22			
	Munderfinger Adventeinkauf	23			
	Krippenkunst im Alpenraum	24			
Inhalt	Reduktion 1		Reduktion 2		
	Weihnachten allgemein		Weihnachtsbräuche		
	Advent				
	Nikolaus				
	Krampus				
	Perchtenlauf				
	Weihnachtslieder				
	Weihnachtsgedichte				
	Weihnachtsgeschichten				
	Krippenkunst				
	Entwicklung/Geschichte/Usprung				
	andere (Weihnachtsbräuche)				
	Berufsalltag		Handwerk		
	Zusammenarbeit im Betrieb				
	Service				
	Utensilien/Geräte/Werkzeuge				
	Geschichte des Handwerks				
	Werkstatt				
	Fabrik				
	Geschäft				
	Landwirtschaft				
	andere (Handwerk)				
	Gewinnung/Ernte		(Natur-)Produkt		
	Vorkommen				
	Verarbeitung				
	Herstellung				
	Merkmale/Eigenschaften				
	Funktion/Wirkung				
	Anwendung/Verwendung				
	Geschmack/Duft des (Natur-)Produkts				
	Design/Ideenfindung				
	Verkauf				
	Materialien/Inhaltsstoffe				
	Geschichte des (Natur-)Produkts				
	Regionalität				
	Auszeichnungen				
	Alleinstellungsmerkmal				
	Spezialanfertigungen				
	andere ((Natur-)Produkt)				
	Tracht		Traditionelle Kleidung		
	Lederhose				
	Gamsbart				
	andere (Traditionelle Kleidung)				
	Familie		Porträt		
	Vorfahren				
	Kindheit				
	Wohnung/Haus				
	Hobbies				
	Fähigkeiten				
	Lebenseinstellung				
	Werdegang				
	Assoziation zu Weihnachten				
	Vorstellung				
	Hausiere				
	andere (Porträt)				
	Zutaten		Rezepte		
	Zubereitung				
	Geschmack/Duft des Rezepts				
	Spezifika des Rezepts				
	Verzehr				
	Geschichte des Rezepts				
	andere (Rezepte)				
	Chor		Musik		
	Singgemeinschaft				
	Musikschule				
	alles Liedgut				
	Auftritte/Konzerte				
	andere (Musik)				
	Heimatverbundenheit		Einheimische		
	Mentalität				
	Redewendungen				
	andere (Einheimische)				
	Landschaftliche Besonderheiten		Region		
	Berge				
	Tiere				
	Sagen/Mythen				
	Regionsvorstellung				
	Nationalpark				
	Tradition				
	andere (Region)				
	Skulpturen		Kunst & Handarbeit		
	Klöppeln				
	Spinnen				
	andere (Kunst & Handarbeit)				
Moderationshandlung	Linker		Moderatorenrolle		
	Erzähler				
	Fragensteller				
	Kommentator				
	Heifer				
Akteure ZzN	kein Moderator				
	andere (Moderatorenrolle)				
	Name	Code			
	Off-Sprecher	1101			Code für Off-Sprecher bleibt für alle vier Folgen gleich
	Maggie Entenfelner	1102			Code für Maggie Entenfelner bleibt für alle vier Folgen gleich
	Gerhard Frewein	1103			
	Dagmar Frewein	1104			
	Unbekannt männlich 1	1105			
	Michael Mayrhofer	1106			
	Valerie Odelga	1107			
	Harry Pfeiffenberger	1108			
	Hedi Erthofer	1201			
	Christian Edlmayr	1202			
	Thomas Schwarz	1203			
	Johannes Bachhalm	1204			
	Alexander Bachhalm	1205			

	Silvia Bachhalm	1206		
	Sandra Bachhalm	1207		
	Manfred Lungenschmied	1208		
	Franz Amering	1301		
	Maria Hageneder	1302		
	Hubert Weingartner	1303		
	Helmut Wittmann	1304		
	Margarete Amering	1305		
	Martin Hageneder	1306		
	Bernadette Tagger	1401		
	Berti Lehnstainer	1402		
	Unbekannte weiblich 1	1403		
	Unbekannter männlich 2	1404		
	Unbekannte weiblich 2	1405		
	Elisabeth Unger	1406		
	Marcelose Jordan	1407		
	Rosina Kammerlander	1408		
	Herma Besenback	1409		
	Marianna Oberdorfer	1410		
	Unbekannte weiblich 3	1411		
	Martina Mätzler	1412		
	Martin Wimmer	1413		
	Heidi Wimmer	1414		
	Unbekannte weiblich 4	1415		
	Hans Lehner	1416		
	Hubertus Mayerhofer	1417		
	Bernhard Mayerhofer	1418		
	Gerti Pühlinger	1419		
	Simone Matouch	1420		
	Christine Stummer	1421		
	Angelika Prentner	1422		
	Gertrude Messner	1423		
	Alfons Moosmann	1424		
	Matthias Stranz	1425		
	Erich Rupprecht	1426		
	Josef Kohler	1427		
	Alexander Serdjukov	1428		
	Gilbert Zimmerbauer	1429		
	Siegfried Mörzinger	1430		
	Hermann Gabriel	1431		
	Monika Hechenblaickner	1432		
	Romana Auer	1433		
	Harald Krois	1434		
	Robert Eder	1435		
	Ernestine Greifensteiner	1436		
	Willy Pils	1437		
Akteure HR	Berti Götti	2100		Code für Berti Götti bleibt für alle vier Folgen gleich
	Berti Götti-Off	2101		Code für Berti Götti als Off-Sprecher bleibt für alle vier Folgen gleich
	Prior Florian Schomers	2102		
	Johannes Stecher	2103		
	Mateo	2104		
	Patrick	2105		
	Michael	2106		
	David	2107		
	Christine Gastl	2108		
	Matthias I	2109		
	Benjamin	2110		
	David Geisler-Moroder	2111		
	Simon Fitz	2112		
	Chor der Sängerknaben	2113		
	Magdalena Goller	2201		
	Maria Brunauer	2202		
	Christina Brunauer	2203		
	Matthias 2	2204		
	Unbekannter männlich 3	2205		
	Unbekannter männlich 4	2206		
	Unbekannter männlich 5	2207		
	Unbekannter männlich 6	2208		
	Robert Seebacher	2209		
	Unbekannter männlich 7	2210		
	Unbekannter männlich 8	2211		
	Unbekannter männlich 9	2212		
	Unbekannter männlich 10	2213		
	Peter Schweiger	2214		
	Wiesbeger Dreigesang	2215		
	Helga Weeger	2301		
	Klaus von Kralik	2302		
	Unbekannte weiblich 5	2303		
	Unbekannte weiblich 6	2304		
	Leopold Breinlinger	2305		
	Burghauser Gemshorntrio	2306		
	Familiendreigesang Breinlinger	2307		
	Dreigesang Weeger	2308		
	Helga Sobota	2401		
	Peter Innerhofer	2402		
	Ernestine Hutter	2403		
	Meinrad Mayrhofer	2404		

Auszug aus dem kombinierten Analysebogen mit Sequenzanalyse und Inhaltsanalyse:

149/159

Der vollständige Analysebogen mit Sequenzanalyse und Inhaltsanalyse inklusive aller Diagramme aus Kapitel 8 befindet sich auf beiliegender DVD.

(Dateiname: Kombiniertes_Analysebogen_Brauchtum)

Das Excel-Dokument besteht aus folgenden Registerblättern:

- Codebogen
- Codebuch
- Handlungsstränge_ZzN
- Handlungsstränge_HR
- Diagramme_Reduktion1
- Diagramme_Reduktion2
- Diagramme_Moderatorenrolle
- Diagramme_Wortmeldungen

Experteninterview: Fragebogen-Version Zurück zur Natur

Sehr geehrte Frau Scolik-Schwandner,

für meine Masterarbeit zum Thema „Die Darstellung österreichischen Brauchtums in ORF 2 und Servus TV – Eine Analyse des Blickes in ein ursprünglicheres Österreich“ ist es mir wichtig, neben meiner Analyse der Sendungen **Zurück zur Natur** und **Hoagascht Raritäten** auch die Sicht der Sendungsverantwortlichen zu kennen und einfließen zu lassen.

Aus diesem Grund möchte ich Sie bitten, sich ein paar Minuten Zeit zu nehmen und mir unten stehende sechs Fragen zu beantworten. Sie wären mir damit bei der Finalisierung meiner Arbeit eine große Hilfe.

1. Welche Zielgruppe möchten Sie mit Zurück zur Natur ansprechen?
2. Wie würden Sie die Sendung in wenigen Sätzen beschreiben?
3. Wenn Sie die Sendung mit fünf Worten charakterisieren müssten – welche wären das?
4. Welche Rolle spielen österreichische Bräuche Ihrer Meinung nach in Zurück zur Natur?
5. Welches Bild vom Leben in und mit der Natur, mit Bräuchen, Kultur und Traditionen möchten Sie bzw. der ORF Ihren Zuschauern durch Zurück zur Natur vermitteln?
6. Wie bewerten Sie die Rolle von Zurück zur Natur in der Vorweihnachtszeit neben anderen Sendungsformaten, die die Zuschauer durch die besinnlichste Zeit des Jahres geleiten?
7. Was ist Ihrer Meinung nach der USP von Zurück zur Natur? Was bietet also Zurück zur Natur den Zuschauern, was vergleichbare Formate nicht bieten, damit sie gerade diese Sendung wählen?

Ich danke Ihnen vielmals für Ihre Zeit und Unterstützung!

Herzliche Grüße,
Manuela Praschak

Experteninterview: Fragebogen-Version Hoagascht Raritäten

Sehr geehrter Herr Kronberger,

für meine Magisterarbeit zum Thema „Die Darstellung österreichischen Brauchtums in ORF 2 und Servus TV – Eine Analyse des Blickes in ein ursprünglicheres Österreich“ ist es mir wichtig, neben meiner Analyse der Sendungen **Hoagascht Raritäten** und **Zurück zur Natur** auch die Sicht der Sendungsverantwortlichen zu kennen und einfließen zu lassen.

Aus diesem Grund möchte ich Sie bitten, sich ein paar Minuten Zeit zu nehmen und mir unten stehende sechs Fragen zu beantworten. Sie wären mir damit bei der Finalisierung meiner Arbeit eine große Hilfe.

1. Welche Zielgruppe möchten Sie mit Hoagascht Raritäten ansprechen?
2. Wie würden Sie die Sendung in wenigen Sätzen beschreiben?
3. Wenn Sie die Sendung mit fünf Worten charakterisieren müssten – welche wären das?
4. Welche Rolle spielen österreichische Bräuche Ihrer Meinung nach in Hoagascht Raritäten?
5. Welches Bild vom Leben in und mit der Natur, mit Bräuchen, Kultur und Traditionen möchten Sie bzw. Servus TV Ihren Zuschauern durch Hoagascht Raritäten vermitteln?
6. Wie bewerten Sie die Rolle von Hoagascht Raritäten in der Vorweihnachtszeit neben anderen Sendungsformaten, die die Zuschauer durch die besinnlichste Zeit des Jahres geleiten?
7. Was ist Ihrer Meinung nach der USP von Hoagascht Raritäten? Was bietet also Hoagascht Raritäten den Zuschauern, was vergleichbare Formate nicht bieten, damit sie gerade diese Sendung wählen?

Ich danke Ihnen vielmals für Ihre Zeit und Unterstützung!

Herzliche Grüße,
Manuela Praschak

Experteninterview: Antwort Ines Scolik-Schwandner – Zurück zur Natur

Sehr geehrte Frau Scolik-Schwandner,

für meine Masterarbeit zum Thema „Die Darstellung österreichischen Brauchtums in ORF 2 und Servus TV – Eine Analyse des Blickes in ein ursprünglicheres Österreich“ ist es mir wichtig, neben meiner Analyse der Sendungen **Zurück zur Natur** und **Hoagascht Raritäten** auch die Sicht der Sendungsverantwortlichen zu kennen und einfleßen zu lassen.

Aus diesem Grund möchte ich Sie bitten, sich ein paar Minuten Zeit zu nehmen und mir unten stehende sechs Fragen zu beantworten. Sie wären mir damit bei der Finalisierung meiner Arbeit eine große Hilfe.

1. Welche Zielgruppe möchten Sie mit Zurück zur Natur ansprechen?

Unabhängig von der offiziellen Zielgruppen-Definition: jeden Österreicher / jede Österreicherin zwischen 20 und 70, der / die mit den Themen Natur, Handwerk, Tradition & Kulinarik etwas anfangen kann

2. Wie würden Sie die Sendung in wenigen Sätzen beschreiben?

Eine Entdeckungsreise durch Österreichs Regionen, ein Besuch bei Menschen, die sich durch Idealismus, Traditionalismus und die Liebe zu ihrer Umwelt herausheben und tw. alternative Lebensformen in ihrem Alltag umsetzen

3. Wenn Sie die Sendung mit fünf Worten charakterisieren müssten – welche wären das?

Langsam (im Sinne von „sich Zeit nehmend“), rückbesinnend, idealisierend, lebensbejahend, tw. Skurril

4. Welche Rolle spielen österreichische Bräuche Ihrer Meinung nach in Zurück zur Natur?

Keine vordergründige, sie werden quasi nebenher vorgestellt wenn etwa das Handwerk der Protagonisten damit in Verbindung steht (zB Maskenschnitzen oder Krippe bauen)

5. Welches Bild vom Leben in und mit der Natur, mit Bräuchen, Kultur und Traditionen möchten Sie bzw. der ORF Ihren Zuschauern durch Zurück zur Natur vermitteln?

Einerseits realistisch: der Weg zu einem naturverbundenen Leben kann mühevoll sein und das sollen die Protagonisten auch so erzählen.

Aber auch idealisierend: wenn es bei manchen Personen noch nicht ganz rund läuft, drücken wir auch manchmal ein Auge zu, denn die Beispiele sollen Mut machen und andere ermuntern, vielleicht ebenfalls neue Wege einzuschlagen

6. Wie bewerten Sie die Rolle von Zurück zur Natur in der Vorweihnachtszeit neben anderen Sendungsformaten, die die Zuschauer durch die besinnlichste Zeit des Jahres geleiten?

Zurück zur Natur ist die Sendung, bei der man sich gute Stimmung und Anregungen holen kann: für vorweihnachtliches Basteln, Kochen oder für Ausflüge.

7. Was ist Ihrer Meinung nach der USP von Zurück zur Natur? Was bietet also Zurück zur Natur den Zuschauern, was vergleichbare Formate nicht bieten, damit sie gerade diese Sendung wählen?

Was den USP von ZZN betrifft: wir verbringen einen Tag in einer Region und nehmen den Tag so, wie er zum Drehzeitpunkt ist (Wetter z.B.) – unsere Moderatorin lebt den Tag aktiv mit und greift nicht ein. Die Look der Sendung ist besonders hochwertig, die Vertonung liebevoll und sorgfältig, unsere Off-Stimme ist nicht austauschbar mit anderen Formaten bzw. wird auch nirgendwo anders auftauchen. Die Offstimme ist mehr als eine Stimme, sie erzählt die Geschichte der Region und geht auch zwischendurch in Dialog mit den Protagonisten

Ich danke Ihnen vielmals für Ihre Zeit und Unterstützung!

Herzliche Grüße,
Manuela Praschak

Experteninterview: Antwort Maximilian Kronberger – Hoagascht Raritäten

Sehr geehrter Herr Kronberger,

für meine Magisterarbeit zum Thema „Die Darstellung österreichischen Brauchtums in ORF 2 und Servus TV – Eine Analyse des Blickes in ein ursprünglicheres Österreich“ ist es mir wichtig, neben meiner Analyse der Sendungen *Hoagascht Raritäten* und *Zurück zur Natur* auch die Sicht der Sendungsverantwortlichen zu kennen und einfließen zu lassen.

Aus diesem Grund möchte ich Sie bitten, sich ein paar Minuten Zeit zu nehmen und mir unten stehende sechs Fragen zu beantworten. Sie wären mir damit bei der Finalisierung meiner Arbeit eine große Hilfe.

1. Welche Zielgruppe möchten Sie mit Hoagascht Raritäten ansprechen?

Brauchtums- und volksmusik-affine Menschen aller Altersgruppen und beider Geschlechter; Nichtsdestotrotz ist ein Nebenfokus auch auf Personen gerichtet, für die „Heimat“ und „Tradition“ keine große Rolle spielen, die sich aber durch die Schönheit und Besonderheit der Thematik angesprochen fühlen.

2. Wie würden Sie die Sendung in wenigen Sätzen beschreiben?

Hoagascht-Raritäten sind ein Blick ins reichhaltige Archiv der Sendung Hoagascht – ausschließlich Folgen mit Bertl Göttl. BG wählt dabei anlassbezogene Sendungen aus den 182-Folgen (Stand 31.12.2014) der Sendereihe aus. Charakterisieren ließe sich die Sendung anhand der generischen Hoagascht-Formatbeschreibung:

„Echte Volksmusik, Tradition, Bräuche und Sitten aus dem Servus-Raum. Hoagascht bedeutet: Zusammen plaudern, musizieren, einfach gemütlich gemeinsam Zeit verbringen. Bertl Göttl und Christina Brunauer leben und verkörpern die alpenländische Volkskultur. Bertl Göttl ist ein Salzburger Original und präsentiert authentisch und unverwechselbar Land und Leute. Als lebendes Lexikon für wahre Volksmusik und Volkskultur bringt er uns Geschichten aus dem Leben im Alpenraum nahe. Christina Brunauer, als zweites Gesicht im Hoagascht, ist eine junge Sängerin und Musikantin aus Adnet. Sie ist in der Volksmusikszene verwurzelt und auch selber mit ihrem Dreitagesang aktiv. Als junger Wirbelwind sorgt Christina für Facettenreichtum in der Sendung und begeistert mit ihrer Neugier und Natürlichkeit. Traditionsverbunden, geerdet und dennoch mit weitem Horizont zeigen Bertl Göttl und Christina Brunauer jede Woche im Hoagascht den Reichtum des kulturellen Lebens unserer Heimat und über die Grenzen hinaus.“

3. Wenn Sie die Sendung mit fünf Worten charakterisieren müssten – welche wären das?

Traditionsverbundenheit, Anlassbezogen, Heimatverbundenheit, Neue und alte Volksmusik, Brauchtum im Jahreskreis

4. Welche Rolle spielen österreichische Bräuche Ihrer Meinung nach in Hoagascht Raritäten?

Bräuche sind immer wieder Thema oder der Aufhänger für die Geschichten im Hoagascht – allerdings nicht ausschließlich. Sie bilden ein wichtiges Grundgerüst für die Auswahl unserer Inhalte, oft kommen wir über sie an weitere Geschichten in den Regionen.

5. Welches Bild vom Leben in und mit der Natur, mit Bräuchen, Kultur und Traditionen möchten Sie bzw. Servus TV Ihren Zuschauern durch Hoagascht Raritäten vermitteln?

Zurück zum Ursprung, zurück zur Natur, Rückbesinnung auf Natürlichkeit und Heimatverbundenheit spielen aktuell eine große Rolle in der Gesellschaft. Das spiegelt sich auch deutlich in unseren Sendungen wieder. Immer mehr junge Leute begeistern sich wieder für althergebrachte Traditionen, Arbeitsweisen, Gepflogenheiten – das bilden wir ab.

6. Wie bewerten Sie die Rolle von Hoagascht Raritäten in der Vorweihnachtszeit neben anderen Sendungsformaten, die die Zuschauer durch die besinnlichste Zeit des Jahres geleiten?

Der Hoagascht konzentriert sich in der Advent- und Weihnachtszeit ganz klar auf die Kernthemen: Musik, Bräuche, Handwerk. Dies ist die Zeit im Jahr, wo alle Menschen heimkehren, ihre gewohnte Umgebung suchen und bewusst auf Tradition setzen. Hier kann der Hoagascht die Realität 1:1 abbilden.

7. Was ist Ihrer Meinung nach der USP von Zurück zur Natur/Hoagascht? Was bietet also Zurück zur Natur/Hoagascht den Zuschauern, was vergleichbare Formate nicht bieten, damit sie gerade diese Sendung wählen?

Hoagascht ist die einzige wöchentliche Sendung zu den Themen Brauchtum, Volkskultur und Volksmusik im deutschsprachigen Raum. Das alleine ist für die Sendung schon ein Alleinstellungsmerkmal.

Ich danke Ihnen vielmals für Ihre Zeit und Unterstützung!

Herzliche Grüße,
Manuela Praschak

Transkripte Zurück zur Natur & Hoagascht Raritäten

Folgende Transkripte befinden sich auf beiliegender DVD:

- Zurück zur Natur, ORF 2:
(Dateinamen: Zurück-zur-Natur_yyyymmdd)
 - Zirbenland, 30. November 2014
 - Traunviertel, 7. Dezember 2014
 - Das innere Almtal, 14. Dezember 2014
 - Im Jahreskreis, 21. Dezember 2014

- Hoagascht Raritäten, Servus TV:
(Dateinamen: Hoagascht-Raritäten_yyyymmdd)
 - Wiltener Sängerknaben, 30. November 2014
 - Musikalisches Restlessen – Strohschab und Buttnmandl, 7. Dezember 2014
 - Munderfinger Adventeinkehr, 14. Dezember 2014
 - Kripperlkunst im Alpenraum, 21. Dezember 2014

Abstract

Diese Magisterarbeit untersucht, welchen Stellenwert österreichisches Brauchtum in der Vorweihnachtszeit 2014 in zwei Sendungen der Fernsehsender ORF 2 (öffentlich-rechtlich) und Servus TV (privat) inne hatte. Ausschlaggebend für die Wahl dieses Forschungsfeldes war die wachsende Bedeutung von Tradition und Ursprünglichkeit im täglichen Leben der Österreicher. Diese spiegelt sich unter anderem in der Wiederzuwendung zu regionalen Produkten in der Lebensmittelbranche und in der Beliebtheit von Urlauben im eigenen Land, vor allem in Gegenden mit tief verwurzelten Traditionen wie dem Salzkammergut, wider.

Als Untersuchungsmaterial diente nicht das gesamte Programmangebot der beiden Fernsehsender, sondern jene Folgen der Sendungen Zurück zur Natur (ORF 2) und Hoagascht Raritäten (Servus TV), die an den vier Adventsonntagen ausgestrahlt wurden. Es handelt sich dabei um Sendungen, die sich auf die Themen Brauchtum, Leben mit und in der Natur, altes Handwerk und überlieferte Rezepte fokussieren.

Um die Forschungsfragen nach der Rolle österreichischer Bräuche im Untersuchungsmaterial, nach den angesprochenen Themen im Untersuchungszeitraum, nach der Rolle des Moderators, nach den Alleinstellungsmerkmalen der Sendungen und nach den Unterschieden in der formalen Gestaltung beantworten zu können und herauszufinden, welchen Aspekten des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags des ORF Hoagascht Raritäten entsprochen hätte, wurde ein Methodenmix aus qualitativer Inhaltsanalyse, Sequenzprotokoll und Experteninterviews angewandt.

Die Untersuchung zeigte zum einen deutliche Unterschiede in Themenwahl und Sendungsaufbau, zum anderen aber einen Fokus beider Sendungen auf Themen, die dem österreichischen Brauchtum zugeordnet werden können. Eine weiterführende Erforschung der Rezipientenseite wurde angeregt.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name	Manuela Praschak, BA MA
Geburtsort	Lilienfeld, Niederösterreich
Staatsbürgerschaft	Österreich

Ausbildung

seit März 2010	Magisterstudium Publizistik, Universität Wien
Sep 2009 – Feb 2012	Masterstudium Public Communication, Universität Wien, abgeschlossen
Sep 2006 – Nov 2009	Bachelorstudium Media- und Kommunikationsberatung, FH St. Pölten, abgeschlossen
Okt 2004 – Juni 2006	Rechtswissenschaften, Universität Wien
Okt 2003 – Juni 2004	Humanmedizin, Universität Wien
21. Juni 2003	AHS-Matura mit gutem Erfolg

Fachspezifische Berufserfahrung

seit Mai 2014	Online Redakteurin NÖN.at und BVZ.at, Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten
Juli 2013 – Sep 2014	Codiererin, AUTNES, Wien
Feb 2009 – Juli 2009	Praktikantin, Dr. Viktor Bauer Public Relations GmbH, Wien
April 2008 – Juni 2009	Online-Redakteurin, SPLASHLINE Event- und Vermarktungs GmbH, Wien

Besondere Kenntnisse

Sprachen	Deutsch (Muttersprache) Englisch (fließend), Italienisch (Grundkenntnisse)
EDV-Kenntnisse	Mac OS X Windows 7 & 8 Microsoft Office fCMS Dialog

Wien, April 2015