

ANFRAGE

der Abgeordneten Mühlberghuber
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Kunst, Kultur, Verfassung und Medien

betreffend: ORF-Spot „Gewalt gegen Frauen – Geht gar nicht!“

In den ersten März-Wochen wurde im ORF eine Kampagne unter dem Titel „Gewalt gegen Frauen – Geht gar nicht“ gesendet. Diese besteht aus sechs verschiedenen Spots mit männlichen Prominenten: Bundespräsident Fischer, Armin Wolf, Harald Krassnitzer, Robert Palfrader, Rapper Nazar und der Indie Pop-Band Wanda.

<https://www.youtube.com/watch?v=7igF9z8SIQ4>

In kurzen, ca. 10 Sekunden dauernden Spots publizieren diese Prominenten die Botschaft „Gewalt gegen Frauen – Geht gar nicht.“ Laut dem „Standard“-Artikel vom 2. März 2016 wurde diese Kampagne inhouse in der ORF-Fernsehdirektion unter der Federführung von Art-Director Michael Hajek produziert. Als Schirmherrin fungiert laut ORF Online die ORF-Fernsehdirektorin Kathi Zechner.

Unabhängig davon, dass auch Gewalt gegen Männer „nicht geht“ und die Zufügung unzulässiger Gewalt zu straf- und zivilrechtlichen Sanktionen führt, sind nicht nur Sinn, Zweck und Kosten dieser Kampagne zu hinterfragen, sondern auch die Ausführung mit nur männlichen Darstellern und ohne Hintergrundinfos.

So ist laut der Zeitung „Wienerin“ Gewalt gegen Frauen die häufigste Todesursache bei Frauen zwischen 16 und 44 Jahren, nur in 10 Prozent der Vergewaltigungen kommt es überhaupt zu einer Anzeige, und nur in 17 Prozent aller angezeigten Fälle kommt es zu einer Verurteilung. Davon kein Wort, nur der oben genannte lapidare Satz, der wohl kaum in der Gesellschaft zu Verhaltensänderungen führen wird. Umso bedenklicher ist es, dass diese Kampagne als Beitrag des in hohem Ausmaß gebührenfinanzierten ORF für den Weltfrauentag des 8. März produziert wurde.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Kunst, Kultur, Verfassung und Medien folgende

Anfrage

1. Was ist Sinn und Zweck dieser Kampagne?
2. Wer ist die Zielgruppe dieser Kampagne?
3. Welche Verhaltens- und Gesinnungsänderungen sollen sich durch diese TV-Spots bei den Zielgruppen der Kampagne ergeben?
4. Wie hoch waren die Gesamtkosten der Kampagne? (inklusive Aufschlüsselung nach den einzelnen Kostenarten)

- 5. Wie hoch war die Gage der prominenten Darsteller? (Aufsplitterung nach den einzelnen Darstellern)
- 6. Wie oft und wann wurden diese TV-Spots im ORF gezeigt?

W. Kraus
Lill
Stilleger
Gellner
H. Gellner
Gellner

