
438/J XXVII. GP

Eingelangt am 07.01.2020

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen
an den Bundesminister für EU, Kunst, Kultur und Medien im Bundeskanzleramt
betreffend Werbe- und Marketingkooperationen zwischen ORF und politischen
Parteien**

"Das Wiener Donauinselfest, [...] und das Wiener Stadtfest wiesen Verbindungen zu unterschiedlichen politischen Parteien auf." (Zitat aus Bericht des RH "Ausgewählte Großveranstaltungen in Wien", S. 7) Das Donauinselfest wird von der SPÖ Wien in Zusammenarbeit mit dem der Partei nahestehenden Verein "Wiener Kulturservice" veranstaltet. Das Wiener Stadtfest wird von der ÖVP Wien über den ihr nahestehenden Verein "Wiener Stadtfeste" organisiert. Im Rahmen des letzten Donauinselfestes war der ORF mit mindestens drei Bühnen (Ö3, FM4 und Radio NÖ) als auch einem Zelt (Ö1) vertreten. Beim letzten Stadtfest der Wiener ÖVP partizipierte der ORF mit einer Ö3-Disco. Die Kooperationen zwischen ORF und den Veranstaltern beider Feste, die ultimativ die SPÖ Wien bzw. ÖVP Wien sind, werfen Fragen auf, die es, in Sinne der Transparenz, zu klären gilt.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. An wie vielen Veranstaltungen, die von politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, partizipierte der ORF beziehungsweise ein verbundenes Unternehmen im Rahmen einer Werbe- und Marketingkooperation in den letzten 5 Jahren? (D.h. eine über die reine Berichterstattung hinausgehende Kooperation.)
2. Wie hoch waren die Kosten der jeweiligen Werbe- und Marketingkooperation für den ORF der letzten 5 Jahre? (Bitte um Auflistung nach Jahren und je Veranstaltung)
3. Bei wie vielen Veranstaltungen in den letzten 5 Jahren, die von politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, durchgeführt wur-

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

den, war der ORF das einzige Medienunternehmen mit dem eine Werbe- und Marketingkooperationsvereinbarung abgeschlossen wurde? (Bitte um Auflistung nach Jahren und je Veranstaltung)

4. Bei welchen Veranstaltungen in den letzten 5 Jahren, die von politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, durchgeführt wurden, war der ORF das einzige Medienunternehmen mit dem eine Werbe- und Marketingkooperationsvereinbarung abgeschlossen wurde? (Bitte um Auflistung nach Jahren)
5. Wie sieht der Prozess innerhalb des ORF aus, um zu entscheiden, ob eine Werbe- und Marketingkooperation eingegangen werden sollte?
6. Was waren die genauen Argumente und Gründe, die zu den Werbe- und Marketingkooperationen im Rahmen der letzten 5 Donauinsel- als auch Wiener Stadtfeste geführt haben?
7. Überprüft bzw. misst der ORF das Kosten/Nutzen-Verhältnis solcher Werbe- und Marketingkooperationen auf regelmäßiger Basis?
8. Was waren die Ergebnisse der Kosten/Nutzen-Analyse für die Werbe- und Marketingkooperationen im Rahmen der letzten 5 Donauinsel- als auch Wiener Stadtfeste?
9. Überprüft der ORF auf regelmäßiger Basis, ob die Kosten für diese Werbe- und Marketingkooperationen marktübliches Niveau haben?
 - a. Wenn ja, wie ist der Ablauf beziehungsweise die Struktur einer solchen Überprüfung?
10. Welche Laufzeiten haben solche Werbe- und Marketingkooperationen in der Regel?
11. Welche Laufzeiten haben bzw. hatten die Werbe- und Marketingkooperationen im Rahmen der letzten 5 Donauinsel- als auch Wiener Stadtfeste ?
12. Wie sehen die Kündigungsmodalitäten solcher Werbe- und Marketingkooperationen in der Regel aus?
13. Wie sehen bzw. sahen die Kündigungsmodalitäten der Werbe- und Marketingkooperationen im Rahmen der letzten 5 Donauinsel- als auch Wiener Stadtfeste aus?
14. Bezogen auf die letzten 5 Jahre, zu wie vielen solcher Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, wurde der ORF eingeladen, für wie viele hat er sich aus Eigeninitiative beworben?
15. Bezogen auf die letzten 5 Jahre, für welche Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, hat sich der ORF aus Eigeninitiative beworben?
16. Wie hoch ist das jährliche ORF-Budget für Werbe- und Marketingkooperationen generell?
17. Wie hat sich das jährliche ORF-Budget für Werbe- und Marketingkooperationen über die letzten 5 Jahre entwickelt?

18. Wie hoch ist der Anteil der Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, im Vergleich zum Gesamtbudget für Werbe- und Marketingkooperationen?
19. Wie hat sich der Anteil der Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, im Vergleich zum Gesamtbudget für Werbe- und Marketingkooperationen über die letzten 5 Jahre entwickelt?
20. In wie weit ist der ORF-Stiftungsrat in die Entscheidungen bezüglich des Abschlusses von Werbe- und Marketingkooperationen eingebunden?
21. Unterscheidet sich die Intensität der Einbindung des ORF-Stiftungsrates betreffend Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, von seiner Partizipation bei der Entscheidung genereller Werbe- und Marketingkooperationen?
 - a. Wenn ja, was sind die Gründe?
 - b. Wenn ja, wodurch unterscheidet sich diese?
22. Wie viele solcher Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, wurden durch Mitglieder des ORF-Stiftungsrates innerhalb der letzten 5 Jahre angeregt?
23. Wie viele dieser durch Mitglieder des ORF-Stiftungsrates angeregten Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, wurden innerhalb der letzten 5 Jahre umgesetzt?
24. Welche solcher Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, wurden durch Mitglieder des ORF-Stiftungsrates innerhalb der letzten 5 Jahre angeregt?
25. Welche dieser durch Mitglieder des ORF-Stiftungsrates angeregten Werbe- und Marketingkooperationen mit politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, wurden innerhalb der letzten 5 Jahre umgesetzt?
26. Hat der ORF - wie alle an solchen Veranstaltungen wie dem Donauinsel- oder Stadtfest beteiligten privaten Medienunternehmen - über die letzten 5 Jahre für die Übertragungsrechte eine Zahlung an den Veranstalter von Donauinselfest bzw. Stadtfest geleistet?
 - a. Wenn ja, wie hoch war dieser Betrag in jedem der 5 letzten Jahre?
 - b. Wenn ja, was war die Überlegung dahinter, wenn man bedenkt, dass die Veranstalter einen klaren Nutzen von der flächendeckenden Übertragung des Events durch den ORF hat?
27. Wer erarbeitet das jeweilige Übertragungskonzept für Donauinsel- bzw. Wiener Stadtfest (d.h. welche Partei - ORF od. Veranstalter - machte den ersten Vorschlag zur Frage welche Künstler zu welcher Zeit übertragen wird)?

- a. Wie lange vor Beginn des Donauinselfests ist das Übertragungskonzept finalisiert?
 - b. Hat der Veranstalter normalerweise ein vertraglich verpflichtetes Mitspracherecht?
 - i. Wenn ja, wie ist dieses ausgestaltet?
 - c. Hat der Veranstalter normalerweise ein ihm freiwillig zugestandenes Mitspracherecht?
 - i. Wenn ja, wie stark ging der ORF in den letzten 5 Jahren auf die Wünsche des Veranstalters von Donauinselfest bzw. Stadtfest ein?
 - d. Verpflichtet sich der ORF gegenüber dem Veranstalter die Übertragungen wie im Übertragungskonzept festgehalten auch zu leisten?
 - e. Was passiert, wenn die Übertragung eines Teils von Donauinsel- bzw. Wiener Stadtfest (z.B. den Auftritt eines bestimmten Künstlers) nicht durchgeführt wird? Gibt es dann Pönalen oder Ähnliches?
28. Wie interpretiert der ORF seine gesetzlichen Vorgaben in Bezug auf Veranstaltungen, die von politischen Parteien, deren Vorfeldorganisationen, Vereinen bzw. Gesellschaften, die zu mehr als 50% ultimativ im Eigentum einer politischen Partei stehen, durchgeführt werden?
- a. In wie weit versteht der ORF die Übertragung solcher Veranstaltungen wie dem Donauinsel- und Wiener Stadtfest für den ORF als gesetzlich vorgeschriebene Verpflichtung?
 - b. Auf Basis welches Schemas beurteilt der ORF wie lange er eine derartige Veranstaltung zu übertragen hat?
 - c. Auf Basis welches Schemas beurteilt der ORF wie lange er eine derartige Veranstaltung, übertragen will, wenn er darin keine gesetzliche Verpflichtung sieht?
29. Existieren im Rahmen der Zusammenarbeit des ORF mit Donauinsel- bzw. Wiener Stadtfest Vereinbarungen über Gegenleistungen, die der jeweilige Veranstalter für den ORF zu leisten hat?
- a. Wenn ja, wie sind diese ausgestaltet bzw. um welche genau handelt es sich?
30. Existieren im Rahmen der Zusammenarbeit des ORF mit Donauinsel- bzw. Wiener Stadtfest nicht-verpflichtende Vereinbarungen über Gegenleistungen, die der jeweilige Veranstalter für den ORF zu leisten versucht?
- a. Wenn ja, wie sehen diese aus bzw. um welche genau handelt es sich?
31. Identifiziert der ORF selber jene Werbepartner, die einzelne Übertragungen von Donauinsel- bzw. Wiener Stadtfest monetär unterstützen (z.B. Diese Sendung präsentiert Ihnen XYZ) oder leistet der jeweilige Veranstalter hier Unterstützung?
- a. Sollte der jeweilige Veranstalter unterstützen, wie sieht diese normalerweise aus bzw. wie ist die diesbezügliche Vereinbarung in Bezug auf Leistung und Pflichten ausgestaltet?
 - b. Sollte der jeweilige Veranstalter unterstützen, bekommt er eine Art "Finder's Fee"?