

Herrn  
Generaldirektor  
Dr. Alexander Wrabetz  
Österreichischer Rundfunk  
Würzburggasse 30  
1136 Wien

Wiedner Hauptstraße 63 | Postfach 195  
1045 Wien  
T +43 (0)5 90 900-DW | F +43 (0)5 90 900-243  
E [rp@wko.at](mailto:rp@wko.at)  
W <http://wko.at>

vorab per E-Mail an: [gra@orf.at](mailto:gra@orf.at)

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom	Unser Zeichen, Sachbearbeiter	Durchwahl	Datum
GRA/Ki	Rp 480.0002/2017/WP/VR Dr. Winfried Pöcherstorfer	4002	24.3.2017

## Vorschlag des ORF für Änderungen des ORF-Angebots in Sozialen Medien - Stellungnahme

Sehr geehrter Herr Generaldirektor,

die Wirtschaftskammer Österreich bedankt sich für die Übermittlung des Vorschlages des ORF für Änderungen des ORF-Angebots in Sozialen Medien und nimmt hiezu wie folgt in aller Kürze Stellung:

Grundsätzlich ist sicherzustellen, dass das in Aussicht genommene Angebot über ein Portal wie Youtube mit den Vorgaben des ORF-G im Einklang steht, wovon freilich auszugehen sein wird.

Ungeachtet der Tatsache, dass es für Medienunternehmen von großer Bedeutung ist, mit den neuen technischen Gegebenheiten ebenso wie mit dem sich wandelnden Rezeptionsverhalten der Nutzerinnen und Nutzer Schritt zu halten und daher auch neue Plattformen als Übertragungskanäle nutzen zu können, sollte doch auch berücksichtigt werden, dass mit einem aktiven Auftreten auf der in Aussicht genommenen Plattform gerade jener multinationale Player gestärkt wird, dem derzeit in der Medienbranche stark wettbewerbsverzehrende Effekte attestiert werden. Es stellt sich vor diesem Hintergrund die Frage, ob nicht eine Strategie der Stärkung von Plattformen mit Österreichbezug eine bessere Positionierung von genuin österreichischem Content gestatten könnte. Dies vor allem auch deshalb, weil Nutzerinnen und Nutzer eine solche Plattform wohl eher wegen des dort verfügbaren ORF-Contents als wegen der Plattform selbst frequentieren würden.

Von Interesse könnte mit Blick auf allfällige zukünftige Angebote (zB europäische Content-Abbruchplattformen) ferner auch sein, ob auch andere Abrufdiensteanbieter bei Interesse zu den gleichen Konditionen Zugang zu den Contentangeboten des ORF erhalten können.

Mit Blick auf die Position von Google auf dem online Werbemarkt sei erwähnt, dass diese durch das in Aussicht genommene Angebot auch eine Stärkung erfahren könnte - dies im Lichte der (einseitigen) Belastung der klassischen heimischen Medien im Rahmen der Werbeabgabe, die die Erlöse nationaler Anbieter - auch jene des ORF - schmälert.

Aus Sicht der Filmwirtschaft spricht vom Grundsatz her nichts dagegen, dem ORF die Möglichkeit zur Eröffnung über YouTube einen Channel mit Nachrichtenbestandteilen-, Trailern udgl. einzuräumen.

Entsprechend dem Konzept ist fiktionales Programm oder gar die Übernahme von ganzen Programmteilen (oder Teilen davon) ohnehin nicht Teil des Konzeptes. Im Übrigen wird davon ausgegangen, dass Programme, die über Auftrag oder Koproduktion hergestellt werden und über dieses Angebot einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, entsprechend gesondert lizenziert werden müssen.

Da es insbesondere bei Auftragsproduktionen im Regelfall eine solche gesondert Lizenzierung nicht gibt, da die Gesamtrechte übergeben werden, ist doch zu betonen, dass sich das Angebot auf diesen YouTube Channel in jenem Rahmen bewegen soll, die vom ORF diesbezüglich auch in den Raum gestellt wurde: d.h. keine fiktionalen Produktionen und keine in Eigenproduktion hergestellten Produktionen, sondern im Wesentlichen Nachrichtenbestandteile, Trailer und Ankündigungen, redaktionelles und Community-Building.


Dies könnte noch klarer zum Ausdruck gebracht werden.

Wir ersuchen um Berücksichtigung unserer Überlegungen und verbleiben



mit freundlichen Grüßen

Dr. Christoph Leitl  
Präsident



Mag. Anna Maria Hochhauser  
Generalsekretärin