

Partnerbörse, Einkauf, Datensammlung - „Vorsätzliches Verletzen von Gesetzen“, sagt Pirker

ORF will ins Geschäft von StudiVZ, Ebay & Co

Die ORF-Onlinedirektion wälzt Pläne für ein kommerzielles Webportal. Der Direktor reservierte die Adresse. Der Chef des Zeitungsverbandes sieht „Züge der Veruntreuung“ und kündigt dagegen auch rechtlich „alle Mittel“ an.



das Web 2.0 Projekt für den ORF

Faksimile: Konzept von Walter Meischbergers Agentur für eine Mischkulanz aus Second Life, Ebay, StudiVZ und Partnerbörse. Die Internetadresse hat Onlinedirektor Thomas Prantner schon gesichert - mit seinem Namen (rechts).

Whois Ergebnis für Domain: d-orf.at

Bei der Whois-Abfrage handelt es sich um eine urheberrechtlich geschützte Datenbank. Sämtliche Rechte insbesondere jene der Vervielfältigung stehen ausschließlich nic.at zu.

Domaininhaber:

Organisationsname: Oesterreichischer Rundfunk
 Personennamen: Online Direktion-Thomas Prantner
 Strasse: Wuerzburggasse 30
 PLZ: 1136
 Stadt: Wien
 Land: AT

Harald Fidler

Wien – Das Kanzleramt muss seine erste Stellungnahme an die Brüsseler Wettbewerbsbehörden wohl noch einmal überdenken. Viele jener Onlineangebote, die die EU-Behörde am ORF kritisiert hatte, seien „bereits eingestellt oder überhaupt nie angeboten worden“, steht in dem Schreiben vom 25. April 2008. Partnervermittlung etwa, Suchdienste oder E-Cards.

Geht es nach dem Konzept für die Onlinedirektion des ORF, das dem STANDARD vorliegt, hat die Anstalt all das vor und noch viel mehr, das ihr in Brüssel Ärger bereite.

DORF nennt sich das „Web 2.0 Projekt für den ORF“, das die Wiener Agentur Zehnvierzig für die Anstalt verfasst hat. Zehnvierzig gehört Walter Meischberger, der für das BZÖ im Stiftungsrat des ORF saß und der auch mit Karl Heinz Grasser eine Firma hat. 2006 half Meischberger entscheidend bei der Wahl von Alexander Wrabetz zum ORF-Chef.

Verhinderter Direktor

Meischberger galt 2006 als oranger Fixstarter für die Onlinedirektion. Direkt aus dem Stiftungsrat ins ORF-Management ging sich nicht aus. Zum Zug kam Thomas Prantner, davor Marketingleiter des ORF mit gutem Draht zu Peter Westenthaler. Meischberger darf dem ORF gewaltige Onlinepläne erstellen.

Womöglich eine unverlangte Fleißaufgabe eines verhinderten Onlinedirektors? Dagegen spricht, wer sich die Internetadresse unter www.nic.at gesichert hat: Nicht ORF oder Onlinedirektion scheinen auf, fragt man www.d-orf.at ab, sondern „Online Direktion - Thomas Prantner“. Der sagt auf Anfrage: „Das ist ein Projektvorschlag für Web 2.0, den wir prüfen.“ ORF-Sprecher Pius Strobl meldet sich bald danach und verspricht: „Wir werden keine Projekte realisieren,

die auch nur im Ansatz nicht der Rechtslage entsprechen.“

Was plant Meischberger da für Prantner? DORF soll Onlineerfolge von MySpace bis Facebook, von YouTube bis Xing, von StudiVZ über Ebay bis Second Life vereinen. „Auf einer einzigen Profileseite wird es möglich, Interessengemeinschaften, Freundschaften, sogar Liebesbezie-

hungen mit Menschen überall in Österreich zu bilden, zu führen und aufrecht zu erhalten“, heißt es in dem Konzept. Eine Dorfgemeinschaft als Generalmotto der Plattform.

Details zum Dorf dürften EU-Wettbewerbsbehörden interessieren:

■ **„Einkaufsstrasse“** Eine Einkaufsstrasse mit „Online-Billa“, Tabaktrafiken und Mobilfunkshops ist geplant. Ein Versandhaus soll als „Dorfladen“ integriert werden - mit „günstigen Konditionen von der Baumwollsocke bis zum Bausparvertrag“. Eine „Dorfmesse“ als Oberfläche für

Werbeflächen, Gewinnspiele, Aktionen, Produkttests.

■ **Auktion** Eine Ebay-ähnliche Anwendung ist ebenfalls vorgesehen, sie soll laut Konzept OneTwoSold übernehmen, an dem auch die Krone-Familie Dichand Anteile hält.

■ **Netzwerk mit Werbeeffect** Daten der User sollen dazu benutzt werden, ihnen „entsprechende“ Infos über „Profile, Veranstaltungen und Produkte“ zu schicken. Fans können Austrostars als „Freunde“ definieren, die wiederum die „Pinnwände“ ihrer jungen „Freunde“ für Werbung nutzen.

■ **Download** Ö3 soll aktuelle Hits als Hintergrundmusik für Userprofile zum Download anbieten. Die Fläche soll auch für Ö3 werben.

■ **Kontaktbörse** User werden Usern vorgestellt mit Konsequenz bis zum „fensterln“. „Herzlein“ ist „eine Art Singlebörse“.

■ **Misswahlen** mit Events und Kalenderproduktion „in Zusammenarbeit mit Bipa“.

Ebenfalls pikant ist die multimediale Bewerbung des Portals in Radio und Fernsehen. Für eine Anstalt, die ihr gesamtes Programm gegenüber der EU als öffentlich-rechtlich definiert:

■ **Cross Promotion** Laut Konzept sollen Ö3 „in den relevanten Radiosendungen“ DORF bewerben, etwa mit „täglichen Meldungen“ über die „große Zahl von Neuanmeldungen“ im Dorf. Eine „passende TV-Sendung“, zumindest wöchentlich, steht in dem Papier.

Die EU fordert vor jedem neuen Angebot eines Gebührensenders „marktrelevante Auswirkungen des geplanten Angebots“ zu prüfen. Deutschland untersagt gerade nach seiner EU-Prüfung ARD und ZDF Partner-, Kontakt-, Stellen- und Tauschbörsen, Business-Netzwerke, Musikdownload, Chats und Foren ohne Sendungsbezug.

Auch vor diesem Hintergrund tobt Horst Pirker vom österreichischen Zeitungsverband über das Dorf. Mehr dazu unten links.

ORF-Onlineprojekt soll von Facebook bis Second Life alle Stücke spielen.

Collage: Silvia Druml



„Mit allen Mitteln gegen diesen Skandal vorgehen“

Verlegerchef Horst Pirker sieht Verantwortliche für ORF-Projekt rücktrittsreif und „Züge der Veruntreuung“

Wien – „Im Grunde ist das Konzept sowas wie die rauchende Pistole“, sagt Horst Pirker dem STANDARD; ein eindeutiges Beweisstück also. Beweis wofür, das benennt der Präsident des Zeitungsverbandes VÖZ so: „für eine Flut von Gesetzesverstößen. Der ORF verletzt Gesetze seit Jahren absichtlich und vorsätzlich.“ In dem Konzept für das Onlineportal DORF (*oben*) finde das „einen neuen Höhepunkt“.

Wo sieht Pirker Probleme mit dem Gesetz? In der Cross Promotion etwa eines sehr kommerziell wirkenden Internetportals in Radio und Fernsehen. Onlinedienste müssen zudem mit den Rundfunkprogrammen in Zusammenhang stehen und der Erfüllung des Programmauftrages dienen. Pirker verweist auch auf die weit gediehene Verbotliste für deutsche Rundfunkanstalten - etwa von Kontakt- und Tauschbörsen im Netz, Business-Netzwerke und Foren ohne Sendungsbezug.

„Denken darf man“, wendet ORF-Sprecher Pius Strobl ein. Der ORF prüfe „viele Projekte“, was „nicht geht“, sei „erledigt“. Der ORF tue nichts außerhalb der Gesetze, sagt Strobl.

Für Pirker trägt das Projekt „schon Züge der Veruntreuung“. Der Veruntreuung von „gerade sprunghaft erhöhten Hörer- und Sehergebühren“. Ein solches Projektwürde nach Ansicht Pirkers „in einer deutschen öffentlich-rechtlichen Anstalt zum Rücktritt führen“. Er legt das dem Generaldirektor des ORF, Alexander Wrabetz, nahe, sollte der in das Projekt „eingeweiht“ sein. War er das nicht, dann gilt seine Forderung „zumindest die Verantwortlichen“.

„Klubobmannkasperl“

In Deutschland setze die Politik den Gebührensensenden klare Grenzen, verweist der Verbandschef auf den geplanten Rundfunkstaatsvertrag dort. „Beim Zustand der öster-



Verleger Pirker (links) empfiehlt Onlinedirektor Prantner (Mitte) Konsequenzen wegen Konzept Meischbergers. Foto: Newald, ORF, APA

reichischen Politik ist mein Vertrauen relativ klein. Ein Klubobmannkasperl wie Josef Cap findet wahrscheinlich auch bei einem solchen Vorhaben: „Na ja, eh alles klass.“ In der „versauten österreichischen Kultur“ werde das Konzept vermutlich „nicht besonders aufregen“. Nachsatz: „Aber an sich ist das ein wirklicher Skandal.“

Der Verband der österreichischen Zeitungen (VÖZ) werde „mit allen Mitteln gegen diese Ungeheuerlichkeit vorgehen“. Politische hätten wenig Aussicht, siehe oben, also droht er mit rechtlichen.

Mit „hoher Wahrscheinlichkeit“ täten das auch Medienhäuser in Eigenregie. Pirker ist Vorstandschef der Styria Medien AG (*Kleine Zeitung, Die Presse, Wirtschaftsblatt*).

Wie heißt es im Konzept? „Ganz nebenbei kann damit auch ein großer strategischer Schritt in Richtung Auseinandersetzung mit den großen Printmedienhäusern des Landes zum Thema Online gelingen.“ Auseinandersetzung ist offenkundig schon jetzt geglückt.

Onlinedirektor Thomas Prantner bestätigt dem STANDARD den „Projektvorschlag“ für Aktivitäten im Sinne des Web 2.0. Was hat man sich darunter vorzustellen? „Tri-medial“ jedenfalls, Fernsehen, Radio, Online, sagt Prantner. Man sehe sich das Konzept „in Ruhe an“. „Wie zehn andere Projekte“, setzt er nach. „Volle Kraft“ widme seine Direktion jetzt ohnehin Fernsehen auf Abruf übers Internet. Das Konfliktpotenzial dort scheint auch etwas überschaubarer. (fid)

MEDIENJOURNAL

Werbefenster: Zehnfaches Volumen in zehn Jahren

Wien – RTL begann schon am 1. April 1996, deutsche Werbung in österreichischen Kabelnetzen mit österreichischen Spots zu überblenden. Sat 1 versuchte sich gar (erfolglos) mit Österreich-Programm. ProSieben startete 1998 das dritte Werbefenster. Vermarkter Sevenone Austria und sein Gründer Markus Breitenecker feierten Donnerstag die ersten zehn Jahre. In der Zeit verzehnfachten die Fenster ihre Bruttoumsätze. Bis inklusive Juli liegen die Privaten heuer laut Focus bei brutto 164,5 Millionen, der ORF bei 179. Breitenecker erwartet, dass sie 2008 den ORF überholen. Der gibt sich gelassen, solange er bei niedrigeren Rabatten netto vorn liegt. (APA)

GANZ KURZ

+++ Ingrid Betancourt erhält Freitag einen deutschen Medienpreis.
 +++ Die ARD kauft die RTL-Serie „Die Anwälte“. Vielleicht passt sie dort, RTL stoppte sie nach Folge 1.