

Gesetzentwurf
der Landesregierung

**Gesetz zum Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag und
zur Änderung medienrechtlicher Vorschriften**

A. Zielsetzung und wesentlicher Inhalt

Mit dem Gesetz soll die nach Artikel 50 Satz 2 der Verfassung des Landes Baden-Württemberg erforderliche Zustimmung des Landtags zum Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag sowie die Umsetzung des Staatsvertrages in Landesrecht erfolgen. Im Landesmediengesetz und im Gesetz zur Ergänzung rundfunkrechtlicher Staatsverträge werden die durch den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag erforderlich gewordenen Änderungen vorgenommen.

B. Alternativen

Keine.

C. Kosten

Keine.

**Staatsministerium
Baden-Württemberg
Ministerpräsident**

Stuttgart, den 12. Januar 2009

An den
Präsidenten des Landtags
von Baden-Württemberg

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,

in der Anlage übersende ich Ihnen gemäß Artikel 59 Abs. 1 der Landesverfassung den von der Landesregierung beschlossenen Entwurf eines Gesetzes zum Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag und zur Änderung medienrechtlicher Vorschriften mit Begründung und Vorblatt. Ich bitte, die Beschlussfassung des Landtags herbeizuführen. Federführend ist das Staatsministerium.

Mit freundlichen Grüßen

Oettinger
Ministerpräsident

Der Landtag wolle beschließen,
dem nachstehenden Gesetzentwurf seine Zustimmung zu erteilen:

**Gesetz
zum Zwölften Rundfunk-
änderungsstaatsvertrag und zur
Änderung medienrechtlicher
Vorschriften**

Artikel 1

Gesetz zum Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Dem am 18. Dezember 2008 unterzeichneten Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag zwischen dem Land Baden-Württemberg, dem Freistaat Bayern, dem Land Berlin, dem Land Brandenburg, der Freien Hansestadt Bremen, der Freien und Hansestadt Hamburg, dem Land Hessen, dem Land Mecklenburg-Vorpommern, dem Land Niedersachsen, dem Land Nordrhein-Westfalen, dem Land Rheinland-Pfalz, dem Saarland, dem Freistaat Sachsen, dem Land Sachsen-Anhalt, dem Land Schleswig-Holstein und dem Freistaat Thüringen wird zugestimmt. Der Staatsvertrag wird nachstehend veröffentlicht.

Artikel 2

Änderung des Landesmediengesetzes

Das Landesmediengesetz vom 19. Juli 1999 (GBl. S. 273, ber. S. 387), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 23. Juli 2008 (GBl. 237), wird wie folgt geändert:

1. § 2 wird wie folgt geändert:

a) Nummer 1 erhält folgende Fassung:

„1. Rundfunk:

ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen; kein Rundfunk sind Angebote, die

- a) jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,
- b) zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,
- c) ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen,

- d) nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind,
 - e) aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden oder
 - f) Eigenwerbekanäle sind;“.
- b) Nummer 2 Satz 2 wird gestrichen.
- c) Nummer 3 erhält folgende Fassung:
- „3. Rundfunkprogramm:
- eine nach einem Sendeplan zeitlich geordnete Folge von Inhalten;“.
- d) Nummer 4 erhält folgende Fassung:
- „4. Sendung:
- ein inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms;“.

2. § 17 Abs. 2 erhält folgende Fassung:

„(2) Der Auftrag des Südwestrundfunks (SWR) zur Veranstaltung von Rundfunkprogrammen gemäß § 3 des Staatsvertrages über den Südwestrundfunk (SWR-Staatsvertrag) vom 31. Mai 1997 (GBl. S. 297) umfasst die Verbreitung von Radio- und Fernsehtext. Der SWR kann im Rahmen der Teilhabe an neuen rundfunktechnischen Möglichkeiten sowie der Möglichkeit zur Veranstaltung neuer Formen von Rundfunk nach § 3 Abs. 3 Satz 2 des SWR-Staatsvertrages ergänzend zu seinen Programmen nach § 3 Abs. 1 des SWR-Staatsvertrages ein digitales Hörfunkangebot sowie ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme nach Maßgabe eines nach § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages durchgeführten Verfahrens veranstalten. Zur Unterstützung des digitalen Hörfunkangebots, das nicht ausschließlich im Internet verbreitet wird, ist die drahtlose terrestrische Verbreitung in analoger Technik unter Verwendung von Frequenzen des SWR in Teilbereichen seines Sendegebietes und die leitungsgebundene Verbreitung in analoger Technik zulässig. Zum 1. Juni 2009 bereits bestehende, ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme des SWR sind ohne Durchführung eines Verfahrens nach § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages längstens bis 31. August 2010 zulässig. Werbung und Sponsoring findet in den Angeboten nach Satz 1 und 2 nicht statt.“

3. § 51 Abs. 1 erhält folgende Fassung:

„(1) Ordnungswidrig handelt, wer als Veranstalter oder verantwortlicher Redakteur vorsätzlich oder fahrlässig einen der in § 49 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 bis 10, 13 und 16 bis 24 des Rundfunkstaatsvertrages in Verbindung mit § 4 Abs. 1, § 11 Abs. 1 und 3 sowie § 49 Abs. 1 dieses Gesetzes bezeichneten Verstöße bezüglich unzulässiger Sendungen, Jugendschutz, Werbung,

Werbeinhalte, Sponsoring, Anzeigepflichten, Tele-shopping und Datenschutz begeht.“

Artikel 3

Änderung des Gesetzes zur Ergänzung rundfunkrechtlicher Staatsverträge

Das Gesetz zur Ergänzung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 14. Februar 2007 (GBl. S. 108), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 23. Juli 2008 (GBl. S. 237), wird wie folgt geändert:

In § 1 Abs. 2 Satz 2 wird die Angabe „§ 49 Abs. 1 Satz 1 Nr. 18 bis 23“ durch die Angabe „§ 49 Abs. 1 Satz 1 Nr. 19 bis 24“ ersetzt.

Artikel 4

Inkrafttreten, Bekanntmachungen

(1) Artikel 2 und 3 dieses Gesetzes treten an dem Tag in Kraft, an dem der Zwölfte Rundfunkänderungsstaatsvertrag nach seinem Artikel 7 Abs. 4 Satz 1 in Kraft tritt. Im Übrigen tritt dieses Gesetz am Tag nach seiner Verkündung in Kraft.

(2) Der Tag, an dem die Vorschriften des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages nach seinem Artikel 7 Abs. 4 Satz 1 in Kraft treten, ist im Gesetzblatt bekannt zu geben. Für den Fall, dass der Staatsvertrag nach seinem Artikel 7 Abs. 4 Satz 2 gegenstandslos wird, ist dies im Gesetzblatt bekannt zu geben.

Begründung

Zu Artikel 1:

Der von den Regierungschefs der Länder am 18. Dezember 2008 unterzeichnete Zwölfte Rundfunkänderungsstaatsvertrag bedarf gemäß Artikel 50 Satz 2 der Landesverfassung der Zustimmung des Landtags. Außerdem ist die Umsetzung des Staatsvertrages in Landesrecht erforderlich.

Zu Artikel 2:

Zu Nummer 1:

Mit der Nummer 1 werden die Definitionen des Rundfunks, des Rundfunkprogramms sowie der Sendung an den Wortlaut der entsprechenden Definitionen im Rundfunkstaatsvertrag angepasst.

Zu Nummer 2:

In Nummer 2 wird die in § 11 c Abs. 1 des Rundfunkstaatsvertrages vorgesehene Möglichkeit zur Verbreitung von Hörfunkprogrammen ausschließlich im Internet für den Südwestrundfunk umgesetzt. Außerdem wird klargestellt, dass der Auftrag des SWR zur Verbreitung von Rundfunkprogrammen die Verbreitung von Radio- und Fernsehtext umfasst. Im Radio- und Fernsehtext des SWR sowie in dessen digitalem Hörfunkangebot und den ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogrammen sind Werbung und Sponsoring unzulässig.

Zu Nummer 3:

Dadurch, dass die Vorschrift des § 49 Abs. 1 Satz 1 des Rundfunkstaatsvertrages um einen weiteren Ordnungswidrigkeitentatbestand in seiner neuen Nr. 13 ergänzt wird, sind die Tatbestände der bisherigen Nummern 13 bis 23 nach hinten gerückt und haben nunmehr die Nummern 14 bis 24 erhalten. Die Verweisung in § 51 Abs. 1 war daher zu ergänzen und der neuen Nummerierung anzupassen.

Zu Artikel 3:

Dadurch, dass die Vorschrift des § 49 Abs. 1 Satz 1 des Rundfunkstaatsvertrages um einen weiteren Ordnungswidrigkeitentatbestand in seiner neuen Nr. 13 ergänzt wird, sind die Tatbestände der bisherigen Nummern 13 bis 23 nach hinten gerückt und haben nunmehr die Nummern 14 bis 24 erhalten. Die Verweisung in § 1 Abs. 2 Satz 2 des Gesetzes zur Ergänzung rundfunkrechtlicher Staatsverträge ist an diese neue Nummerierung anzupassen.

Zu Artikel 4:

Zu Absatz 1:

Das Zustimmungsgesetz in Artikel 1 tritt am Tag seiner Verkündung in Kraft. Die Folgeänderungen zum Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag (Artikel 2 und 3) werden mit dessen Inkrafttreten wirksam.

Zu Absatz 2:

Der Zwölfte Rundfunkänderungsstaatsvertrag tritt am 1. Juni 2009 in Kraft, wenn bis zum 31. Mai 2009 alle Ratifikationsurkunden bei der Staatskanzlei des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz hinterlegt sind; andernfalls wird er gegenstandslos. Da nach außen nicht erkennbar wird, ob die Ratifikationsverfahren in den Ländern rechtzeitig abgeschlossen werden konnten, sieht Absatz 2 eine gesonderte Bekanntmachung über das Inkrafttreten oder die Gegenstandslosigkeit des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages vor.

Zwölfter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zwölfter Rundfunk- änderungsstaatsvertrag)

Das Land Baden-Württemberg,
der Freistaat Bayern,
das Land Berlin,
das Land Brandenburg,
die Freie Hansestadt Bremen,
die Freie und Hansestadt Hamburg,
das Land Hessen,
das Land Mecklenburg-Vorpommern,
das Land Niedersachsen,
das Land Nordrhein-Westfalen,
das Land Rheinland-Pfalz,
das Saarland,
der Freistaat Sachsen,
das Land Sachsen-Anhalt,
das Land Schleswig-Holstein und
der Freistaat Thüringen

schließen nachstehenden Staatsvertrag:

Artikel 1

Änderung des Rundfunkstaatsvertrages

Der Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Zehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 19. Dezember 2007, wird wie folgt geändert:

1. Das Inhaltsverzeichnis wird wie folgt geändert:

a) § 3 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 3 Allgemeine Grundsätze“.

b) Es werden folgende neue §§ 11 a bis f eingefügt:

„§ 11 a Angebote

§ 11 b Fernsehprogramme

§ 11 c Hörfunkprogramme

§ 11 d Telemedien

§ 11 e Satzungen, Richtlinien, Berichtspflichten

§ 11 f Telemedienkonzepte sowie neue oder veränderte Telemedien“.

c) Es werden folgende neue §§ 16 a bis e eingefügt:

„§ 16 a Kommerzielle Tätigkeiten

§ 16 b Beteiligung an Unternehmen

§ 16 c Kontrolle der Beteiligung an Unternehmen

§ 16 d Kontrolle der kommerziellen Tätigkeiten

§ 16 e Haftung für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen“.

d) Der bisherige § 16 a wird der neue § 16 f.

e) § 19 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 19 Versorgungsauftrag“.

f) § 19 a wird wie folgt neu gefasst:

„§ 19 a Veröffentlichung von Beanstandungen“.

g) Es wird folgender neuer § 20 b eingefügt:

„§ 20 b Hörfunk im Internet“.

2. In § 1 wird folgender neuer Absatz 3 angefügt:

„(3) Die Bestimmungen des I. und III. Abschnitts dieses Staatsvertrages gelten für Teleshoppingkanäle nur, sofern dies ausdrücklich bestimmt ist.“

3. § 2 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 wird wie folgt geändert:

aa) Satz 1 wird wie folgt neu gefasst:

„Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendepfades unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen.“

bb) In Satz 2 wird das Wort „Darbietungen“ durch das Wort „Angebote“ ersetzt.

cc) Satz 4 wird gestrichen.

b) Absatz 2 wird wie folgt geändert:

aa) Es werden folgende neue Nummern 1 und 2 eingefügt:

„1. Rundfunkprogramm eine nach einem Sendepfad zeitlich geordnete Folge von Inhalten,

2. Sendung ein inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms,“.

bb) Die bisherigen Nummern 1 bis 7 werden die neuen Nummern 3 bis 9.

cc) Die bisherige Nummer 8 wird die neue Nummer 10 und es werden nach dem Wort „Entgelt“ die Wörter „in Form von Teleshoppingkanälen, -fenstern und -spots“ eingefügt.

dd) Die bisherigen Nummern 9 und 10 werden die neuen Nummern 11 und 12.

ee) Die bisherige Nummer 11 wird die neue Nummer 13 und der Punkt durch ein Komma ersetzt.

ff) Es werden folgende neue Nummern 14 bis 19 angefügt:

- „14. unter Information insbesondere Folgendes zu verstehen: Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches,
15. unter Bildung insbesondere Folgendes zu verstehen: Wissenschaft und Technik, Alltag und Ratgeber, Theologie und Ethik, Tiere und Natur, Gesellschaft, Kinder und Jugend, Erziehung, Geschichte und andere Länder,
16. unter Kultur insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino,
17. unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik,
18. unter sendungsbezogenen Telemedien zu verstehen: Angebote, die der Aufbereitung von Inhalten aus einer konkreten Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Angebote thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützend vertiefen und begleiten, ohne jedoch bereits ein eigenständiges neues oder verändertes Angebot nach § 11 f Abs. 3 darzustellen,
19. ein presseähnliches Angebot nicht nur elektronische Ausgaben von Printmedien, sondern alle journalistisch-redaktionell gestalteten Angebote, die nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen.“
- c) Es wird folgender neuer Absatz 3 angefügt:
- „(3) Kein Rundfunk sind Angebote, die
1. jedenfalls weniger als 500 potenziellen Nutzern zum zeitgleichen Empfang angeboten werden,
 2. zur unmittelbaren Wiedergabe aus Speichern von Empfangsgeräten bestimmt sind,
 3. ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen,
 4. nicht journalistisch-redaktionell gestaltet sind,
 5. aus Sendungen bestehen, die jeweils gegen Einzelentgelt freigeschaltet werden oder
6. Eigenwerbekanäle sind.“
4. § 3 wird wie folgt neu gefasst:
- „§ 3
- Allgemeine Grundsätze*
- (1) Die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF), das Deutschlandradio und alle Veranstalter bundesweit verbreiteter Rundfunkprogramme haben in ihren Angeboten die Würde des Menschen zu achten und zu schützen; die sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung sind zu achten. Die Angebote sollen dazu beitragen, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinungen anderer zu stärken. Weitergehende landesrechtliche Anforderungen an die Gestaltung der Angebote sowie § 41 dieses Staatsvertrages bleiben unberührt.
- (2) Die Veranstalter nach Absatz 1 Satz 1 sollen über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote vermehrt aufnehmen.“
5. In § 6 Abs. 4 Satz 1 wird der Punkt durch ein Komma ersetzt und folgender neuer Halbsatz angefügt:
- „ohne dass unmittelbar eine Gegenleistung erfolgen muss.“
6. § 7 wird wie folgt geändert:
- a) In Absatz 5 wird folgender neuer Satz 3 angefügt:
- „Die Sätze 1 und 2 gelten auch für Teleshopping.“
- b) In Absatz 6 wird folgender neuer Satz 3 angefügt:
- „Die Sätze 1 und 2 gelten auch für Teleshopping.“
7. In § 8 wird folgender neuer Absatz 7 angefügt:
- „(7) Die Absätze 1 bis 6 gelten auch für Teleshoppingkanäle.“
8. In § 8 a wird folgender neuer Absatz 3 angefügt:
- „(3) Die Absätze 1 und 2 gelten auch für Teleshoppingkanäle.“
9. In § 9 Abs. 3 wird folgender neuer Satz 2 angefügt:
- „Satz 1 gilt auch für Teleshoppingkanäle.“
10. In § 9 b wird folgender neuer Satz 2 angefügt:
- „Satz 1 gilt auch für Teleshoppingkanäle.“

11. § 11 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 11

Auftrag

(1) Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.

(2) Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben bei der Erfüllung ihres Auftrags die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote zu berücksichtigen.“

12. Es werden folgende neue §§ 11 a bis f eingefügt:

„§ 11 a

Angebote

(1) Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehprogramme) und Telemedien nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und der jeweiligen landesrechtlichen Regelungen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann programmbegleitend Druckwerke mit programmbezogenem Inhalt anbieten.

(2) Rundfunkprogramme, die über unterschiedliche Übertragungswege zeitgleich verbreitet werden, gelten zahlenmäßig als ein Angebot.

§ 11 b

Fernsehprogramme

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten veranstalten gemeinsam folgende Fernsehprogramme:

1. das Vollprogramm ‚Erstes Deutsches Fernsehen (Das Erste)‘,

2. drei Programme als Zusatzangebote nach Maßgabe der als Anlage beigefügten Konzepte, und zwar die Programme

- a) ‚EinsExtra‘,
- b) ‚EinsPlus‘ und
- c) ‚EinsFestival‘.

- (2) Folgende Fernsehprogramme von einzelnen oder mehreren in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten werden nach Maßgabe ihres jeweiligen Landesrechts veranstaltet:

1. die Dritten Fernsehprogramme einschließlich regionaler Auseinandersetzungen, und zwar jeweils

- a) des Bayerischen Rundfunks (BR),
- b) des Hessischen Rundfunks (HR),
- c) des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR),
- d) des Norddeutschen Rundfunks (NDR),
- e) von Radio Bremen (RB),
- f) vom Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB),
- g) des Südwestrundfunks (SWR),
- h) des Saarländischen Rundfunks (SR) und
- i) des Westdeutschen Rundfunks (WDR),

2. das Spartenprogramm ‚BR-alpha‘ mit dem Schwerpunkt Bildung.

- (3) Das ZDF veranstaltet folgende Fernsehprogramme:

1. das Vollprogramm ‚Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)‘,
2. drei Programme als Zusatzangebote nach Maßgabe der als Anlage beigefügten Konzepte, und zwar die Programme
 - a) ‚ZDFinfokanal‘,
 - b) ‚ZDFkulturkanal‘ und
 - c) ‚ZDF-Familienkanal‘.

- (4) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF veranstalten gemeinsam folgende Fernsehprogramme:

1. das Vollprogramm ‚3sat‘ mit kulturellem Schwerpunkt unter Beteiligung öffentlich-rechtlicher europäischer Veranstalter,
2. das Vollprogramm ‚arte – Der Europäische Kulturkanal‘ unter Beteiligung öffentlich-rechtlicher europäischer Veranstalter,
3. das Spartenprogramm ‚PHOENIX – Der Ereignis- und Dokumentationskanal‘ und

4. das Spartenprogramm ‚KI.KA – Der Kinderkanal‘.

(5) Die analoge Verbreitung eines bislang ausschließlich digital verbreiteten Programms ist unzulässig.

§ 11 c

Hörfunkprogramme

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten veranstalten Hörfunkprogramme einzeln oder zu mehreren für ihr jeweiliges Versorgungsgebiet auf Grundlage des jeweiligen Landesrechts; bundesweit ausgerichtete Hörfunkprogramme finden nicht statt. Ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme sind nur nach Maßgabe eines nach § 11 f durchgeführten Verfahrens zulässig.

(2) Die Gesamtzahl der terrestrisch verbreiteten Hörfunkprogramme der in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten darf die Zahl der zum 1. April 2004 terrestrisch verbreiteten Hörfunkprogramme nicht übersteigen. Das jeweilige Landesrecht kann vorsehen, dass terrestrisch verbreitete Hörfunkprogramme gegen andere terrestrisch verbreitete Hörfunkprogramme, auch gegen ein Kooperationsprogramm, ausgetauscht werden, wenn dadurch insgesamt keine Mehrkosten entstehen und sich die Gesamtzahl der Programme nicht erhöht. Kooperationsprogramme werden jeweils als ein Programm der beteiligten Anstalten gerechnet. Regionale Auseinanderschaltungen von Programmen bleiben unberührt. Der Austausch eines in digitaler Technik verbreiteten Programms gegen ein in analoger Technik verbreitetes Programm ist nicht zulässig.

(3) Das Deutschlandradio veranstaltet folgende Hörfunkprogramme mit den Schwerpunkten in den Bereichen Information, Bildung und Kultur:

1. das Programm ‚Deutschlandfunk‘,
2. das Programm ‚Deutschlandradio Kultur‘,
3. das in digitaler Technik verbreitete Programm ‚DRadio Wissen‘ nach Maßgabe des als Anlage beigefügten Konzepts, insbesondere unter Rückgriff auf die Möglichkeiten nach § 5 Abs. 2 des Deutschlandradio-Staatsvertrages; die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten kooperieren hierzu mit dem Deutschlandradio,
4. ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme mit Inhalten aus den in Nummer 1 bis 3 aufgeführten Programmen nach Maßgabe eines nach § 11 f durchgeführten Verfahrens.

(4) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das Deutschlandradio ver-

öffentlichen in den amtlichen Verkündungsblättern der Länder jährlich, erstmals zum 1. Januar 2010, eine Auflistung der von allen Anstalten insgesamt veranstalteten Hörfunkprogramme.

§ 11 d

Telemedien

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten Telemedien an, die journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet sind.

(2) Der Auftrag nach Absatz 1 umfasst das Angebot von

1. Sendungen ihrer Programme auf Abruf bis zu sieben Tage nach deren Ausstrahlung, Sendungen auf Abruf von Großereignissen gemäß § 4 Abs. 2 sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga bis zu 24 Stunden danach,
2. inhaltlich und zeitlich bis zu sieben Tage danach auf eine konkrete Sendung bezogenen Telemedien soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Telemedien thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützend vertiefen und begleiten, ohne jedoch bereits ein eigenständiges Telemedienangebot nach § 11 f Abs. 3 darzustellen; diese sendungsbezogenen Telemedien sind in Telemedienkonzepten entsprechend § 11 f Abs. 1 zu beschreiben; Vorankündigungen sind zulässig,
3. Sendungen und sendungsbezogenen Telemedien nach Ablauf der Fristen nach Nummer 1 1. Halbsatz und Nummer 2 sowie von nichtsendungsbezogenen Telemedien nach Maßgabe eines nach § 11 f durchgeführten Verfahrens; in den Telemedienkonzepten ist angebotsabhängig eine Befristung für die Verweildauer vorzunehmen; nichtsendungsbezogene presseähnliche Angebote sind nicht zulässig und
4. zeitlich unbefristeten Archiven mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten nach Maßgabe der gemäß § 11 f zu erstellenden Telemedienkonzepte.

Im Übrigen bleiben Angebote nach Maßgabe der §§ 16 a bis e unberührt.

(3) Durch die Telemedienangebote soll allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden. Bei sendungsbezogenen Telemedien muss der zeitliche und inhaltliche Bezug zu einer bestimmten Sendung im jeweiligen Telemedienangebot ausgewiesen werden.

(4) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten ihre Angebote in elektronischen Portalen an und fassen ihre Programme unter elektronischen Programmführern zusammen.

(5) Werbung und Sponsoring sind in Telemedien nicht zulässig. Das Angebot auf Abruf von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, ist nicht zulässig. Eine flächendeckende lokale Berichterstattung in Telemedien ist nicht zulässig. Die in der Anlage zu diesem Staatsvertrag aufgeführten Angebotsformen sind in Telemedien nicht zulässig.

§ 11 e

Satzungen, Richtlinien, Berichtspflichten

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio erlassen jeweils Satzungen oder Richtlinien zur näheren Durchführung ihres jeweiligen Auftrags sowie für das Verfahren zur Erstellung von Angebotskonzepten und das Verfahren für neue oder veränderte Telemedien. Die Satzungen oder Richtlinien enthalten auch Regelungen zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Gremienentscheidungen. Die Satzungen oder Richtlinien sind in den amtlichen Verkündungsblättern der Länder zu veröffentlichen.

(2) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio veröffentlichen alle zwei Jahre, erstmals am 1. Oktober 2004, einen Bericht über die Erfüllung ihres jeweiligen Auftrages, über die Qualität und Quantität der bestehenden Angebote sowie die Schwerpunkte der jeweils geplanten Angebote.

§ 11 f

Telemedienkonzepte sowie neue oder veränderte Telemedien

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio konkretisieren die inhaltliche Ausrichtung ihrer Telemedien nach § 11 d Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 und 4 jeweils in Telemedienkonzepten, die Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauer der geplanten Angebote näher beschreiben.

(2) Die Beschreibung aller Telemedien muss einer Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF ermöglichen.

(3) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio legen in den Satzungen oder Richtlinien übereinstimmende Kriterien fest, die sie in jedem

Einzelfall bei der Entscheidung der Frage anzuwenden haben, in welchen Fällen ein neues oder verändertes Telemedienangebot vorliegt, das nach dem nachstehenden Verfahren zu prüfen ist. Ein verändertes Angebot liegt insbesondere vor, wenn die inhaltliche Gesamtausrichtung des Angebots oder die angestrebte Zielgruppe verändert wird.

(4) Ist ein neues Angebot oder die Veränderung eines bestehenden Angebots nach Absatz 1 geplant, hat die Rundfunkanstalt gegenüber ihrem zuständigen Gremium darzulegen, dass das geplante, neue oder veränderte, Angebot vom Auftrag umfasst ist. Es sind Aussagen darüber zu treffen,

1. inwieweit das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht,
2. in welchem Umfang durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird und
3. welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist.

Dabei sind Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote, die marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots sowie dessen meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen. Darzulegen ist der voraussichtliche Zeitraum, innerhalb dessen das Angebot stattfinden soll.

(5) Zu den Anforderungen des Absatzes 4 ist vor Aufnahme eines neuen oder veränderten Angebots durch das zuständige Gremium Dritten in geeigneter Weise, insbesondere im Internet, Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Die Gelegenheit zur Stellungnahme besteht innerhalb einer Frist von mindestens sechs Wochen nach Veröffentlichung des Vorhabens. Das zuständige Gremium der Rundfunkanstalt hat die eingegangenen Stellungnahmen zu prüfen. Das zuständige Gremium kann zur Entscheidungsbildung gutachterliche Beratung durch unabhängige Sachverständige auf Kosten der jeweiligen Rundfunkanstalt in Auftrag geben; zu den marktlichen Auswirkungen ist gutachterliche Beratung hinzuzuziehen. Der Name des Gutachters ist bekanntzugeben. Der Gutachter kann weitere Auskünfte und Stellungnahmen einholen; ihm können Stellungnahmen unmittelbar übersandt werden.

(6) Die Entscheidung, ob die Aufnahme eines neuen oder veränderten Angebots den Voraussetzungen des Absatzes 4 entspricht, bedarf der Mehrheit von zwei Dritteln der anwesenden Mitglieder, mindestens der Mehrheit der gesetzlichen Mitglieder des zuständigen Gremiums. Die Entscheidung ist zu begründen. In den Entscheidungsgründen muss unter Berück-

sichtigung der eingegangenen Stellungnahmen und eingeholten Gutachten dargelegt werden, ob das neue oder veränderte Angebot vom Auftrag umfasst ist. Die jeweilige Rundfunkanstalt hat das Ergebnis ihrer Prüfung einschließlich der eingeholten Gutachten unter Wahrung von Geschäftsgeheimnissen in gleicher Weise wie die Veröffentlichung des Vorhabens bekannt zu machen.

(7) Der für die Rechtsaufsicht zuständigen Behörde sind vor der Veröffentlichung alle für eine rechtsaufsichtliche Prüfung notwendigen Auskünfte zu erteilen und Unterlagen zu übermitteln. Nach Abschluss des Verfahrens nach Absatz 5 und 6 und nach Prüfung durch die für die Rechtsaufsicht zuständige Behörde ist die Beschreibung des neuen oder veränderten Angebots in den amtlichen Verkündungsblättern der betroffenen Länder zu veröffentlichen.“

13. § 14 wird wie folgt geändert:

a) In Absatz 2 Nr. 4 wird der Punkt durch ein Komma ersetzt und folgende neue Nummer 5 angefügt:

„5. die Anlage, Verzinsung und zweckbestimmte Verwendung der Überschüsse, die dadurch entstehen, dass die jährlichen Gesamterträge der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF oder des Deutschlandradios die Gesamtaufwendungen für die Erfüllung ihres Auftrags übersteigen.“

b) Es wird folgender neuer Absatz 4 eingefügt:

„(4) Die KEF wird von den Rechnungshöfen über die Ergebnisse der Prüfungen der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios einschließlich deren Beteiligungsunternehmen unterrichtet.“

c) Der bisherige Absatz 4 wird der neue Absatz 5.

14. Es werden folgende neue §§ 16 a bis e eingefügt:

„§ 16 a

Kommerzielle Tätigkeiten

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio sind berechtigt, kommerzielle Tätigkeiten auszuüben. Kommerzielle Tätigkeiten sind Betätigungen, bei denen Leistungen auch für Dritte im Wettbewerb angeboten werden, insbesondere Werbung und Sponsoring, Verwertungsaktivitäten, Merchandising, Produktion für Dritte und die Vermietung von Senderstandorten an Dritte. Diese Tätigkeiten dürfen nur unter Marktbedingungen erbracht werden. Die kommerziellen Tätigkeiten sind durch rechtlich selbständige Tochtergesellschaften zu erbringen. Bei geringer Marktrelevanz kann eine kom-

merzielle Tätigkeit durch die Rundfunkanstalt selbst erbracht werden; in diesem Fall ist eine getrennte Buchführung vorzusehen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio haben sich bei den Beziehungen zu ihren kommerziell tätigen Tochterunternehmen marktkonform zu verhalten und die entsprechenden Bedingungen, wie bei einer kommerziellen Tätigkeit, auch ihnen gegenüber einzuhalten.

(2) Die Tätigkeitsbereiche sind von den zuständigen Gremien der Rundfunkanstalten vor Aufnahme der Tätigkeit zu genehmigen. Die Prüfung umfasst folgende Punkte:

1. die Beschreibung der Tätigkeit nach Art und Umfang, die die Einhaltung der marktkonformen Bedingungen begründet (Marktkonformität) einschließlich eines Fremdvergleichs,
2. der Vergleich mit Angeboten privater Konkurrenten,
3. Vorgaben für eine getrennte Buchführung und
4. Vorgaben für eine effiziente Kontrolle.

§ 16 b

Beteiligung an Unternehmen

(1) An einem Unternehmen, das einen gewerblichen oder sonstigen wirtschaftlichen Zweck zum Gegenstand hat, dürfen sich die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio unmittelbar oder mittelbar beteiligen, wenn

1. dies im sachlichen Zusammenhang mit ihren gesetzlichen Aufgaben steht,
2. das Unternehmen die Rechtsform einer juristischen Person besitzt und
3. die Satzung oder der Gesellschaftsvertrag des Unternehmens einen Aufsichtsrat oder ein entsprechendes Organ vorsieht.

Die Voraussetzungen nach Satz 1 müssen nicht erfüllt sein, wenn die Beteiligung nur vorübergehend eingegangen wird und unmittelbaren Programmzwecken dient.

(2) Bei Beteiligungsunternehmen haben sich die Rundfunkanstalten in geeigneter Weise den nötigen Einfluss auf die Geschäftsleitung des Unternehmens, insbesondere eine angemessene Vertretung im Aufsichtsgremium, zu sichern. Eine Prüfung der Betätigung der Anstalten bei dem Unternehmen unter Beachtung kaufmännischer Grundsätze durch einen Wirtschaftsprüfer ist auszubedingen.

(3) Die Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für juristische Personen des Privatrechts, die von den

Rundfunkanstalten gegründet werden und deren Geschäftsanteile sich ausschließlich in ihrer Hand befinden.

(4) Die Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für Beteiligungen der Rundfunkanstalten an gemeinnützigen Rundfunkunternehmen und Pensionskassen.

§ 16 c

Kontrolle der Beteiligung an Unternehmen

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio haben ein effektives Controlling über ihre Beteiligungen nach § 16 b einzurichten. Der Intendant hat das jeweils zuständige Aufsichtsgremium der Rundfunkanstalt regelmäßig über die wesentlichen Vorgänge in den Beteiligungsunternehmen, insbesondere über deren finanzielle Entwicklung, zu unterrichten.

(2) Der Intendant hat dem jeweils zuständigen Aufsichtsgremium jährlich einen Beteiligungsbericht vorzulegen. Dieser Bericht schließt folgende Bereiche ein:

1. die Darstellung sämtlicher unmittelbarer und mittelbarer Beteiligungen und ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für die Rundfunkanstalt,
2. die gesonderte Darstellung der Beteiligungen mit kommerziellen Tätigkeiten und Nachweis der Erfüllung der staatsvertraglichen Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten und
3. die Darstellung der Kontrolle der Beteiligungen einschließlich von Vorgängen mit besonderer Bedeutung.

Der Bericht ist den jeweils zuständigen Rechnungshöfen und der rechtsaufsichtsführenden Landesregierung zu übermitteln.

(3) Die für die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio zuständigen Rechnungshöfe prüfen die Wirtschaftsführung bei solchen Unternehmen des Privatrechts, an denen die Anstalten unmittelbar, mittelbar, auch zusammen mit anderen Anstalten oder Körperschaften des öffentlichen Rechts, mit Mehrheit beteiligt sind und deren Gesellschaftsvertrag oder Satzung diese Prüfungen durch die Rechnungshöfe vorsieht. Die Anstalten sind verpflichtet, für die Aufnahme der erforderlichen Regelungen in den Gesellschaftsvertrag oder die Satzung des Unternehmens zu sorgen.

(4) Sind mehrere Rechnungshöfe für die Prüfung zuständig, können sie die Prüfung einem dieser Rechnungshöfe übertragen.

§ 16 d

Kontrolle der kommerziellen Tätigkeiten

(1) Bei Mehrheitsbeteiligungen der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF, des Deutschlandradios oder bei Gesellschaften, bei denen ein Prüfungsrecht der zuständigen Rechnungshöfe besteht, sind die Rundfunkanstalten zusätzlich zu den allgemein bestehenden Prüfungsrechten der Rechnungshöfe verpflichtet darauf hinzuwirken, dass die Beteiligungsunternehmen den jährlichen Abschlussprüfer nach § 319 Abs. 1 Satz 1 des Handelsgesetzbuches nur im Einvernehmen mit den zuständigen Rechnungshöfen bestellen. Die Rundfunkanstalten haben dafür Sorge zu tragen, dass das Beteiligungsunternehmen vom Abschlussprüfer im Rahmen der Prüfung des Jahresabschlusses auch die Marktkonformität seiner kommerziellen Tätigkeiten auf der Grundlage zusätzlicher von den jeweils zuständigen Rechnungshöfen festzulegender Fragestellungen prüfen lässt und den Abschlussprüfer ermächtigt, das Ergebnis der Prüfung zusammen mit dem Abschlussbericht den zuständigen Rechnungshöfen mitzuteilen. Diese Fragestellungen werden von dem für die Prüfung zuständigen Rechnungshof festgelegt und umfassen insbesondere den Nachweis der Einhaltung der staatsvertraglichen Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten. Die Rundfunkanstalten sind verpflichtet, für die Aufnahme der erforderlichen Regelungen in den Gesellschaftsvertrag oder die Satzung des Beteiligungsunternehmens zu sorgen. Die Wirtschaftsprüfer testieren den Jahresabschluss der Beteiligungsunternehmen und berichten den zuständigen Rechnungshöfen auch hinsichtlich der in Satz 2 und 3 genannten Fragestellungen. Sie teilen das Ergebnis und den Abschlussbericht den zuständigen Rechnungshöfen mit. Die zuständigen Rechnungshöfe werten die Prüfung aus und können in jedem Einzelfall selbst Prüfmaßnahmen bei den betreffenden Beteiligungsunternehmen ergreifen. Über festgestellte Verstöße gegen die Bestimmungen zur Marktkonformität unterrichten die Rechnungshöfe die für die Rechtsaufsicht über die jeweilige Rundfunkanstalt zuständige Stelle. Die durch die ergänzenden Prüfungen zusätzlich entstehenden Kosten tragen die jeweiligen Beteiligungsunternehmen.

(2) Die Rechnungshöfe teilen das Ergebnis der Prüfungen dem jeweiligen Intendanten, dem jeweiligen Aufsichtsgremium der Rundfunkanstalt und den Beteiligungsunternehmen mit. Über die wesentlichen Ergebnisse unterrichten die Rechnungshöfe die Landesregierungen und die Landtage der die Rundfunkanstalt tragenden Länder und die unabhängige Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). Dabei achten sie darauf, dass die Wettbewerbsfähigkeit der geprüf-

ten Beteiligungsunternehmen nicht beeinträchtigt wird und insbesondere Betriebs- und Geschäftsheimnisse gewahrt werden.

§ 16 e

Haftung für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen

Für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen dürfen die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio keine Haftung übernehmen.“

15. Der bisherige § 16 a wird der neue § 16 f.

16. § 19 wird gestrichen.

17. Der bisherige § 19 a wird der neue § 19 und wie folgt neu gefasst:

„§ 19

Versorgungsauftrag

Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio können ihrem gesetzlichen Auftrag durch Nutzung geeigneter Übertragungswege nachkommen. Bei der Auswahl des Übertragungswegs sind die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit zu beachten. Die analoge Verbreitung bisher ausschließlich digital verbreiteter Programme ist unzulässig.“

18. Es wird folgender neuer § 19 a eingefügt:

„§ 19 a

Veröffentlichung von Beanstandungen

Die zuständigen Aufsichtsgremien der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios können vom Intendanten verlangen, dass er bei Rechtsverstößen Beanstandungen der Gremien im Programm veröffentlicht.“

19. Es wird folgender neuer § 20 b eingefügt:

„§ 20 b

Hörfunk im Internet

Wer Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet, bedarf keiner Zulassung. Er hat das Angebot der zuständigen Landesmedienanstalt anzukündigen. Im Übrigen gilt § 20 a entsprechend.“

20. In § 36 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 wird nach der Verweisung auf die „§§ 20 a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1“ der Halbsatz „sowie Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20 b Satz 2“ eingefügt.

21. § 39 wird wie folgt geändert:

a) Es wird folgender neuer Satz 2 eingefügt:

„Die §§ 20, 20 a, § 21 Abs. 1, § 24 und die §§ 35 bis 38 und 39 a gelten auch für Teleshoppingkanäle.“

b) Die bisherigen Sätze 2 und 3 werden die neuen Sätze 3 und 4.

22. In § 45 wird folgender neuer Absatz 4 angefügt:

„(4) Die Absätze 1 bis 3 gelten auch für Teleshoppingkanäle.“

23. In § 47 wird folgender neuer Absatz 4 angefügt:

„(4) Die Absätze 1 bis 3 gelten auch für Teleshoppingkanäle.“

24. § 49 Abs. 1 Satz 1 wird wie folgt geändert:

a) Satz 1 wird wie folgt geändert:

aa) Es wird folgende neue Nummer 13 eingefügt:

„13. entgegen § 20 b Satz 1 und 2 Hörfunkprogramme ausschließlich im Internet verbreitet und dies der zuständigen Landesmedienanstalt nicht oder nicht vollständig anzeigt,“.

bb) Die bisherigen Nummern 13 bis 23 werden die neuen Nummern 14 bis 24.

b) Satz 2 wird wie folgt geändert:

aa) In Nummer 8 wird nach dem Wort „Programm“ das Wort „und“ durch das Wort „oder“ ersetzt.

bb) Nummer 11 wird wie folgt neu gefasst:

„11. entgegen § 52 d Satz 1 Anbieter von Programmen oder vergleichbaren Telemedien durch die Ausgestaltung der Entgelte oder Tarife unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt

oder

entgegen § 52 d Satz 3 Entgelte oder Tarife für Angebote nach § 52 b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 nicht oder nicht vollständig offen legt,“.

25. § 51 a wird wie folgt geändert:

- a) In Absatz 2 Satz 2 werden nach dem Wort „Meinungsvielfalt“ die Wörter „und Angebotsvielfalt“ eingefügt.
- b) In Absatz 3 Satz 2 werden nach den Wörtern „Vielfalt der Meinungen“ die Wörter „und Angebotsvielfalt“ eingefügt.
- c) In Absatz 4 Satz 1 werden nach dem Wort „Meinungsvielfalt“ die Wörter „und Angebotsvielfalt“ eingefügt.
- d) In Absatz 4 Satz 1 Nummer 1 werden nach dem Wort „Meinungsvielfalt“ die Wörter „und Angebotsvielfalt“ eingefügt.

26. In § 51 b Abs. 3 Satz 2 werden nach dem Wort „Meinungsvielfalt“ die Wörter „und Angebotsvielfalt“ eingefügt.

27. § 52 b wird wie folgt geändert:

- a) In Absatz 1 Satz 1 Nummer 2 werden nach den Wörtern „vergleichbare Telemedien“ die Wörter „und Teleshoppingkanäle“ eingefügt.
- b) In Absatz 3 Nummer 2 werden nach dem Wort „Meinungsvielfalt“ die Wörter „und Angebotsvielfalt“ eingefügt.

28. In § 52 c Abs. 1 Satz 2 werden nach dem Wort „Meinungsvielfalt“ die Wörter „und Angebotsvielfalt“ eingefügt.

29. § 58 wird wie folgt geändert:

- a) Absatz 2 wird gestrichen.
- b) Die bisherigen Absätze 3 und 4 werden die neuen Absätze 2 und 3.

30. § 62 Abs. 2 Satz 2 wird wie folgt neu gefasst:

„Die §§ 11 a bis d bleiben im Falle der Kündigung einzelner Länder unberührt.“

Artikel 2

Änderung des ARD-Staatsvertrages

Der ARD-Staatsvertrag vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Neunten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 31. Juli bis 10. Oktober 2006, wird wie folgt geändert:

1. Das Inhaltsverzeichnis wird wie folgt geändert:

- a) § 1 wird wie folgt neu gefasst:
„§ 1 Fernsehprogramme“.
- b) § 4 wird gestrichen.

2. § 1 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 1

Fernsehprogramme

(1) Die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten veranstalten gemeinsam Fernsehprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Rundfunkstaatsvertrages.

(2) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten veranstalten gemeinsam das Fernsehprogramm „Das Erste“.

(3) Das Recht jeder Rundfunkanstalt, daneben Fernsehprogramme auch zusammen mit einzelnen anderen Rundfunkanstalten zu gestalten und auszustrahlen, bleibt unberührt.“

3. § 4 wird gestrichen.

Artikel 3

Änderung des ZDF-Staatsvertrages

Der ZDF-Staatsvertrag vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Zehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 19. Dezember 2007, wird wie folgt geändert:

1. § 4 des Inhaltsverzeichnisses wird gestrichen.

2. § 2 wird wie folgt geändert:

a) Es wird folgender neuer Absatz 1 eingefügt:

„(1) Das ZDF veranstaltet Fernsehprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Rundfunkstaatsvertrages.“

b) Die bisherigen Absätze 1 und 2 werden die neuen Absätze 2 und 3.

3. § 4 wird gestrichen.

4. In § 20 Abs. 3 wird die Verweisung auf „§ 19 des Rundfunkstaatsvertrages“ durch die Verweisung auf „§ 11 b des Rundfunkstaatsvertrages“ ersetzt.

Artikel 4

Änderung des Deutschlandradio-Staatsvertrages

Der Deutschlandradio-Staatsvertrag vom 17. Juni 1993, zuletzt geändert durch den Zehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 19. Dezember 2007, wird wie folgt geändert:

1. § 4 des Inhaltsverzeichnisses wird wie folgt neu gefasst:
„§ 4 Programmerstellung, Verwertung“.

2. § 2 Abs. 1 wird wie folgt neu gefasst:

„(1) Die Körperschaft veranstaltet folgende Hörfunkprogramme mit den Schwerpunkten in den Bereichen Information, Bildung und Kultur:

1. das Programm ‚Deutschlandfunk‘,
2. das Programm ‚Deutschlandradio Kultur‘,
3. das in digitaler Technik verbreitete Programm ‚DRadio Wissen‘ nach Maßgabe des als Anlage beigefügten Konzepts, insbesondere unter Rückgriff auf die Möglichkeiten nach § 5 Abs. 2; die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten kooperieren hierzu mit dem Deutschlandradio,
4. ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme mit Inhalten aus den in Nummer 1 bis 3 aufgeführten Programmen nach Maßgabe eines nach § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages durchgeführten Verfahrens.“

3. § 4 wird wie folgt neu gefasst:

„§ 4

Programmerstellung, Verwertung

Die Körperschaft kann in Erfüllung ihrer Aufgaben zum Erwerb, zur Herstellung und zur wirtschaftlichen Verwertung von Hörfunkproduktionen und der damit zusammenhängenden Rechte mit Dritten zusammenarbeiten. Sie kann sich zu diesem Zweck an Unternehmen beteiligen. Sie darf jedoch Hörfunkproduktionen nicht in erster Linie zum Zwecke der wirtschaftlichen Verwertung erwerben, herstellen oder herstellen lassen.“

Artikel 5

Änderung des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages

Der Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag vom 26. August bis 11. September 1996, zuletzt geändert durch den Elften Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 12. Juni 2008, wird wie folgt geändert:

1. § 1 wird wie folgt geändert:

- a) In Absatz 1 werden hinter den Wörtern „ihren Finanzbedarf“ die Wörter „zur Erfüllung des öffentlichen Auftrages“ eingefügt.

- b) Es wird folgender neuer Absatz 4 angefügt:

„(4) Übersteigen die Gesamterträge der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkan-

stalten, des ZDF oder des Deutschlandradios die Gesamtaufwendungen für die Erfüllung ihres Auftrages, sind diese Beträge verzinslich anzulegen und bei zehn vom Hundert der jährlichen Gebühreneinnahmen übersteigende Beträge als Rücklage zu bilden.“

2. § 3 wird wie folgt geändert:

- a) Absatz 1 Satz 3 bis 5 werden gestrichen.
- b) Es werden folgende neue Absätze 2 und 3 eingefügt:

„(2) Bei der Prüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs berücksichtigt die KEF sämtliche Erträge der Rundfunkanstalten. Die Gesamterträge der Rundfunkanstalten aus Gebühren und weiteren direkten oder indirekten Einnahmen sollen die zur Erfüllung des öffentlichen Auftrags notwendigen Ausgaben und Aufwendungen decken. Überschüsse am Ende der Gebührenperiode werden vom Finanzbedarf für die folgende Gebührenperiode abgezogen. Die Übertragung von Defiziten ist nicht zulässig.

(3) Die Prüfung, ob der Finanzbedarf im Einklang mit den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ermittelt worden ist, umfasst auch, in welchem Umfang Rationalisierungsmöglichkeiten einschließlich Kooperationsmöglichkeiten genutzt werden, ob bei Beteiligungen ein marktangemessener Rückfluss der Investitionen stattfindet und inwieweit die Rundfunkanstalten zunächst nicht verwendete Mittel für im Voraus festgelegte Zwecke verwendet haben. Sie erstreckt sich auch auf entgegen dem Grundsatz wirtschaftlichen Handelns nicht erzielte Einnahmen. Soweit die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF oder das Deutschlandradio finanzwirksame Selbstverpflichtungen erklärt haben, sind diese Bestandteil des Ermittlungsverfahrens und zu beachten. Bedarfsanmeldungen, die sich auf technische oder programmliche Innovationen im Sinne von § 14 Abs. 2 Nr. 2 des Rundfunkstaatsvertrages beziehen, dürfen von der KEF nur anerkannt werden, wenn sie Beschlüssen der zuständigen Gremien der Rundfunkanstalten, soweit das jeweils geltende Landesrecht solche Beschlussfassungen vorsieht, entsprechen.“

- c) Der bisherige Absatz 2 wird der neue Absatz 4.
- d) Es wird folgender neuer Absatz 5 eingefügt:

„(5) Die Prüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs soll von der KEF grundsätzlich auf der Basis von Ist-Zahlen vorgenommen werden. Soweit der Ermittlung des Finanzbedarfs Planzahlen oder Schätzwerte zugrunde liegen, werden diese nachträglich zur Vermeidung einer Überfinanzierung mit den Ist-Zahlen abgeglichen.“

- e) Die bisherigen Absätze 3 bis 5 werden die neuen Absätze 6 bis 8.
 - f) Der bisherige Absatz 6 wird der neue Absatz 9 und die Verweisung auf „Absätze 1 und 5“ wird durch die Verweisung auf „Absätze 1 bis 3 und 8“ ersetzt.
 - g) Der bisherige Absatz 7 wird der neue Absatz 10.
3. § 5 a wird wie folgt geändert:
- a) In Absatz 1 wird die Verweisung auf „§ 3 Abs. 5“ durch die Verweisung auf „§ 3 Abs. 8“ ersetzt.
 - b) In Absatz 2 wird die Verweisung auf „§ 19 des Rundfunkstaatsvertrages“ durch die Verweisung auf „§ 11 b des Rundfunkstaatsvertrages“ ersetzt.

Artikel 6

Änderung des Rundfunkgebührenstaatsvertrages

§ 1 des Rundfunkgebührenstaatsvertrages vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Zehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 19. Dezember 2007, wird wie folgt geändert:

1. In Absatz 1 Satz 1 wird das Wort „Rundfunkdarbietungen“ durch das Wort „Rundfunk“ ersetzt.
2. In Absatz 2 Satz 2 wird das Wort „Rundfunkdarbietungen“ durch das Wort „Rundfunk“ ersetzt.

Artikel 7

Übergangsbestimmung, Kündigung, Inkrafttreten, Neubekanntmachung

- (1) Die Anforderungen des § 11 d des Rundfunkstaatsvertrages gelten auch für alle bestehenden Angebote, die über den 31. Mai 2009 hinaus fortgeführt werden. Dieser Bestand ist in Telemedienkonzepten den Ländern darzulegen. Für den Bestand gilt § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages entsprechend. Das Verfahren entsprechend § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages ist bis zum 31. August 2010 abzuschließen. Bis zum Abschluss des Verfahrens ist die Fortführung bestehender Angebote zulässig. Entsprechendes gilt für Angebote nach § 11 c Abs. 1 Satz 2 und Abs. 3 Nr. 4 des Rundfunkstaatsvertrages.
- (2) Teleshoppingkanäle, die im Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Staatsvertrages verbreitet werden, gelten für die Dauer von zehn Jahren als zugelassen. Der Betrieb ist der zuständigen Landesmedienanstalt anzuzeigen. Zuständig ist die Landesmedienanstalt des Landes, in der der Veranstalter seinen Sitz hat. Im Übrigen gelten die §§ 20 a und 38 des Rundfunkstaatsvertrages entsprechend.

(3) Für die Kündigung der in Artikel 1 bis 6 geänderten Staatsverträge sind die in diesen vorgesehenen Kündigungsvorschriften maßgebend.

(4) Dieser Staatsvertrag tritt am 1. Juni 2009 in Kraft. Sind bis zum 31. Mai 2009 nicht alle Ratifikationsurkunden bei der Staatskanzlei des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz hinterlegt, wird der Staatsvertrag gegenstandslos.

(5) Die Staatskanzlei des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz teilt den Ländern die Hinterlegung der Ratifikationsurkunden mit.

(6) Die Länder werden ermächtigt, den Wortlaut des Rundfunkstaatsvertrages, des ARD-Staatsvertrages, des ZDF-Staatsvertrages, des Deutschlandradio-Staatsvertrages, des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages und des Rundfunkgebührenstaatsvertrages in der Fassung, die sich aus den Artikeln 1 bis 6 ergibt, mit neuem Datum bekannt zu machen.

Für das Land Baden-Württemberg:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Günther H. Oettinger

Für das Land Niedersachsen:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Christian Wulff

Für den Freistaat Bayern:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Horst Seehofer

Für das Land Nordrhein-Westfalen:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Jürgen Rüttgers

Für das Land Berlin:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Klaus Wowereit

Für das Land Rheinland-Pfalz:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Kurt Beck

Für das Land Brandenburg:

Berlin, den 18. Dezember 2008

M. Platzeck

Für das Saarland:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Peter Müller

Für die Freie Hansestadt Bremen:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Jens Böhrnsen

Für den Freistaat Sachsen:

Berlin, den 18. Dezember 2008

St. Tillich

Für die Freie und Hansestadt Hamburg:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Ole von Beust

Für das Land Sachsen-Anhalt:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Böhmer

Für das Land Hessen:

Berlin, den 18. Dezember 2008

R. Koch

Für das Land Schleswig-Holstein:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Peter Harry Carstensen

Für das Land Mecklenburg-Vorpommern:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Erwin Sellering

Für den Freistaat Thüringen:

Berlin, den 18. Dezember 2008

Dieter Althaus

Anlage

(zu § 11 b Abs. 1 Nr. 2
des Rundfunkstaatsvertrages)

Programmkonzept Digitale Fernsehprogramme der ARD

I. Einleitung

§ 11 b Rundfunkstaatsvertrag (Fernsehprogramme) legt in Abs. 1 Nr. 2 fest, dass die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten drei Spartenfernsehprogramme veranstalten, und zwar die Programme „EinsExtra“, „Eins-Plus“ und „EinsFestival“. Auf diese Programme bezieht sich das nachfolgend dargestellte Programmkonzept. Die Notwendigkeit hierzu ergibt sich aus der Entscheidung der Europäischen Kommission vom 24. April 2007 in dem Beihilfeverfahren über die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. In dieser Entscheidung vertritt die Kommission die Auffassung, dass die den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eingeräumte Möglichkeit, digitale Zusatzkanäle im Fernsehen anzubieten, nach dem zum Zeitpunkt der Entscheidung geltenden Recht nicht hinreichend präzise abgegrenzt sei (Rdnr. 228). Deswegen verlangt die Kommission, dass durch die Vorgabe allgemeiner rechtlicher Anforderungen und die Entwicklung hinreichend konkreter Programmkonzepte gewährleistet wird, dass der Umfang des öffentlich-rechtlichen Auftrags der Rundfunkanstalten in Bezug auf die digitalen Zusatzkanäle klar bestimmt ist (Rdnr. 309). Schließlich sieht die Kommission die Entwicklung von Programmkonzepten durch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf staatsvertraglicher Grundlage als geeignet für eine hinreichend konkrete Auftragsbestimmung im Sinne des europäischen Rechts an (Rdnr. 360). Vor diesem Hintergrund präzisiert die ARD das Konzept für ihre digitalen Zusatzkanäle wie nachstehend ausgeführt.

II. Gemeinsame Grundsätze für die digitalen Fernsehkanäle der ARD

Mit EinsExtra, EinsPlus und EinsFestival verfügt die ARD über drei digitale Kanäle, die eine größere Vielfalt und höhere themenorientierte Qualität des öffentlich-rechtlichen Programmangebots gewährleisten. Dem Zuschauer wird durch die verstärkte Diversifizierung, ergänzt durch verschiedene interaktive Dienste und Zusatzangebote, ein deutlicher komplementärer programmlicher Mehrwert geboten.

Die hochwertigen Angebote der Digitalkanäle richten sich grundsätzlich an alle Alters- und Zielgruppen. Durch die Digitalisierung der Verbreitungstechniken im dualen Rundfunksystem verändert sich die Fernsennutzung. Dem tragen die ARD-Digitalkanäle durch klar

profilierte Angebote Rechnung, die im Rahmen eines Vollprogramms nicht möglich sind. EinsExtra, EinsFestival und EinsPlus erreichen mit einem entsprechend profilierten Programm und begleitet durch ein relevantes Angebot im Bereich der Telemedien auch jüngere Zuschauer. So bietet EinsExtra ein 24-stündiges Informationsangebot mit einem hohen tagesaktuellen Anteil. EinsPlus nutzt die Dialog- und Partizipationsmöglichkeiten des Internets, nach der TV-Ausstrahlung sind Service- und Wissensangebote für die Nutzer crossmedial auch auf anderen Plattformen zeit- und ortsunabhängig verfügbar. EinsFestival ist ein innovatives, kulturell orientiertes öffentlich-rechtliches Angebot, das einen wichtigen Beitrag dazu leistet, jüngere Zielgruppen anzusprechen. Das Erreichen jüngerer Zuschauerinnen und Zuschauer ist also eine wesentliche Zielsetzung bei der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags in der digitalen Welt. Vor allem jüngere Menschen fragen öffentlich-rechtliche Qualitätsangebote zunehmend im Internet ab. Um sie in relevantem Maße zu erreichen, muss eine multimediale Vernetzung gewährleistet sein. Die dynamische technische Entwicklung, vor allem die Nutzung des Internetprotokolls für die Verbreitung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, erfordert ein entsprechendes Angebot.

Eine wichtige Voraussetzung im Rahmen seines Funktionsauftrags und für die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Informations- und Wissensgesellschaft ist auch eine entsprechende zeitunabhängige Bereitstellung der Angebote, da er nur so seiner gesellschaftlichen Verantwortung, insbesondere gegenüber einer jüngeren Zielgruppe, gerecht werden kann. Dazu gehören die Verbindung von Text, Bild und Ton, aber auch sendungsbezogene beziehungsweise an Programm- oder Sendermarken ausgerichtete interaktive Angebote wie z. B. redaktionell begleitete Chats, Foren, Rankings, Bewertungen und sendungsbezogene spielerische Elemente. So bieten EinsFestival und EinsPlus mit jeweils vollwertigen Teletextangeboten bzw. mit der Info-Leiste bei EinsExtra, vertiefende fernsehbasierte Begleitdienste, die durch interaktiv nutzbare programm- und sendungsbezogene Vorschau-Angebote ergänzt werden. Hinzu kommt, dass die Nutzer im Internet neue Formen der Partizipation erwarten, z. B. Communities, Weblogs und Plattformen für den Austausch von Inhalten.

Orientiert an den staatsvertraglichen Vorgaben bieten die Digitalkanäle im Internet einen Kommunikationsraum für die Vertiefung von Themen, die im Programm gesetzt worden sind. Dies ist ein frei zugängliches Angebot für jedermann, während viele kommerziell betriebene Bereiche des Internet sich nur nach Zahlung von Entgelten nutzen lassen. Die Online-Angebote der ARD-Digitalkanäle sind an dem jeweiligen Programmangebot ausgerichtet, wobei sich die Inhalte am Erwartungshorizont der Zielgruppe orientieren. Das Verweildauerkonzept richtet sich nach den zukünftigen staatsvertraglichen

Vorgaben und dem auf deren Grundlage zu erstellenden Telemedienkonzept.

Als Testfläche und Prohebühne innovativer Formate erfüllen die Digitalkanäle zugleich eine weitere wichtige Aufgabe:

Nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann jenseits kommerzieller Interessen das Fernsehen dramaturgisch und ästhetisch unabhängig sowie im Interesse der Zuschauer weiterentwickeln. Der Austausch mit den Hörfunkwellen der Landesrundfunkanstalten führt darüber hinaus zu Synergien, z. B. in der Themenfindung, in der Formatentwicklung und durch Zusammenarbeit von Programmmitarbeiterinnen und -mitarbeitern.

III. Die Konzepte der einzelnen digitalen Fernsehprogramme

1. EinsFestival

a) Grundkonzeption

EinsFestival ist – wie in den ARD-Programmleitlinien 07/08 beschrieben – ein innovatives, kulturell orientiertes Angebot mit jüngerer Ausrichtung. Das Programmangebot ist zwar grundsätzlich an einen breiten Zuschauerkreis gerichtet, es orientiert sich strukturell und inhaltlich aber an der Alltagskultur eines jüngeren Publikums und hat insofern nicht den Anspruch eines Vollprogramms. EinsFestival leistet damit einen wichtigen Beitrag dazu, bei jüngeren Menschen mehr Aufmerksamkeit für öffentlich-rechtliche Programmangebote zu erreichen.

In einem Fernsehangebot, das an die Lebenswelt junger Menschen anknüpft, wird deren große Bandbreite abwechslungsreich dargestellt und präsentiert. Der Programmgestaltung von EinsFestival liegt daher ein breiter Kulturbegriff zugrunde. Sie wird besonders durch Film, Musik, Sport, Wissen, Medien und Kommunikation geprägt. Tagesaktuelle vertiefende Informationsangebote, z. B. aus den Bereichen Innen- und Außenpolitik, Wirtschafts- und Finanzpolitik, klassische Service- und Ratgeberangebote, Kinderprogramme und regelmäßige Berichterstattung von Sportveranstaltungen sind nicht Bestandteil der regulären Programmgestaltung von EinsFestival.

Bei EinsFestival steht vor allem der Wunsch nach Orientierung und einem eigenen Lebensstil jüngerer Menschen im Mittelpunkt. Deshalb muss ein Angebot für diese Zielgruppe alle adäquaten Gestaltungsformen des Mediums nutzen und durch eine attraktive Online-Präsenz ergänzen und vertiefen. Der Einsatz jüngerer Moderatorinnen und Moderatoren ist ein weiterer Teil des Programmkonzepts.

b) Programminhalte

(1) Film und Serie

Fiktionale Angebote sind wesentlicher Bestandteil des Programmprofils von EinsFestival. Für die jüngere Kulturgeschichte ist die Entwicklung in den Bereichen Film und Fernsehen zentral. Fernsehfilmen, Spielfilmen, nationalen und internationale Serien sowie innovativen, unterhaltenden Formaten kommt in der Alltagskultur jüngerer Menschen eine besondere Bedeutung zu.

(2) Dokumentation und Reportage

Darüber hinaus haben hochwertige Dokumentationen und Reportagen sowie Magazinformate einen wichtigen Stellenwert. In allen Fällen kommt es darauf an, relevante und teilweise schwer zu vermittelnde Themen durch eine entsprechende und junge Erzählweise auch jüngeren Menschen zu erschließen. Kein Medium eignet sich dafür besser als das Fernsehen. EinsFestival gibt insofern Orientierung durch die Auswahl der Themen und erleichtert den Zugang durch eine große Bandbreite klassischer und innovativer Vermittlungsformen.

(3) Musik und Unterhaltung

Unterhaltung bei EinsFestival ist innovativ und zielgruppenspezifisch. Sie findet ihre Anknüpfungspunkte in der Alltagskultur jüngerer Menschen und grenzt sich dadurch von Unterhaltungsangeboten der Vollprogramme ab, die den Anspruch haben, ein breites Mainstream-Publikum anzusprechen.

EinsFestival nutzt auch Schätze aus den Archiven. Zum Spektrum des Programms gehören auch Kabarett- und Comedysendungen, Unterhaltungsshows und Unterhaltungsgalas aus allen Jahrzehnten, die Fernsehgeschichte geschrieben haben und somit fest zum Repertoire moderner Fernsehkultur und damit auch zum Kulturverständnis einer jüngeren Zielgruppe gehören. Das gilt auch für den Bereich Musik, insbesondere für die verschiedenen Richtungen moderner Pop- und Rock-Musik.

(4) Sport

Viele Sportarten kommen gar nicht auf den Bildschirm, obwohl Rechte und Bilder vorliegen. EinsFestival sendet auch im Fernsehen ansonsten weniger populäre Sportereignisse, in der Vergangenheit zum Beispiel den America's Cup. Bei sportlichen Großereignissen dient EinsFestival als „Überlaufbecken“ für die Übertragung des ERSTEN, in der Vergangenheit zum Beispiel anlässlich der Fußball EM 2008 oder der Olympischen Spiele in Turin und in Peking.

(5) Wissen

EinsFestival bietet Orientierung in der modernen Wissensgesellschaft. Der Kanal greift wichtige Themen aus

der Lebenswirklichkeit junger Menschen auf, ordnet ein und bietet damit eine wertvolle Grundlage für eine kritische und freie Meinungsbildung. Dieser Teil des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags wird gerade von jüngeren Menschen besonders genutzt und eingefordert.

c) Organisation und Entscheidungsstrukturen

EinsFestival wird vom Westdeutschen Rundfunk Köln federführend für die ARD betrieben.

2. EinsPlus

a) Grundkonzeption

EinsPlus ist ein Fernsehprogramm mit Service-Charakter, das grundsätzliches Wissen über wissenschaftliche, gesellschaftliche und ökonomische Zusammenhänge vermittelt.

In jüngerer Zeit wurde es zu einem öffentlich-rechtlichen Service-, Ratgeber- und Wissensangebot weiterentwickelt, das schnell Akzeptanz bei den Fernsehzuschauern gefunden hat. EinsPlus positioniert sich als modernes, generationsübergreifendes Familienprogramm, das während des ganzen Jahres „Public Value“ und praktischen Mehrwert bietet.

Ziel von EinsPlus ist, im Sinne des öffentlich-rechtlichen Auftrages, Orientierung und Lebenshilfe zu geben, Wissen zu vermitteln, das den Alltag meistern hilft und die Zuschauer zu mündigen Bürgern und Verbrauchern macht.

In einer unübersichtlicher werdenden Programmwelt stellt EinsPlus damit für den Zuschauer einen wichtigen und verlässlichen Qualitätsanker dar. EinsPlus bündelt die gesamte Kompetenz der ARD auf dem Programmfeld Service-, Ratgeber- und Wissensformate und entwickelt originäre Formate als zusätzlichen programmlichen Mehrwert.

b) Programminhalte

(1) Service und Ratgeber

Information und Orientierung, unabhängig von kommerziellen Interessen, sind von zentraler Bedeutung für Zusammenhalt und demokratische Entwicklung unserer Gesellschaft.

EinsPlus dient den Zuschauern als unabhängige Plattform zum Austausch über das ihr Leben mitbestimmende Geschehen auf Märkten, steht für eine kritische und freie Meinungsbildung auch in der Welt der Waren und Dienstleistungen.

Als Begleiter des Zuschauers durch den Alltag greift EinsPlus Themen aus der Lebenswirklichkeit der Menschen auf: Gesundheit, Reise, Technik, Ernährung/Kochen, Natur, Leben, Wissen – und verbindet grund-

sätzliches Wissen mit konkreten Problemlösungsstrategien. Das Angebot hebt sich deutlich von dem der kommerziellen Konkurrenz ab. Sendungen wie „Servicezeit: Familie“ (WDR), „ARDRatgeber: Technik“ (NDR), „Hauptsache gesund“ (MDR), „Schätze der Welt“ (SWR), „Plusminus“ (BR, HR, MDR, NDR, SR, SWR, WDR), „frauTV“ (WDR) und „Service: Familie“ (HR) sind Beispiele für unabhängigen, professionellen Journalismus mit praktischem Mehrwert.

(2) Wissen

Als Service-, Ratgeber- und Wissenskanal leistet EinsPlus einen Beitrag zur Entwicklung einer modernen Wissensgesellschaft. Mit Sendungen wie „Odyso“ (SWR), „Faszination Wissen“ (BR), „Planet Wissen“ (SWR, WDR, BR), „W wie Wissen“ (BR, HR, NDR, SWR, WDR) und „Ozon“ (RBB) erweitert EinsPlus Wissenshorizonte, trägt zum Verständnis der modernen Welt bei und unterstützt die Menschen auf ihrem Weg in die moderne Wissensgesellschaft. EinsPlus-Sendungen vermitteln zudem Kenntnisse der neuen digitalen Kommunikationstechnologien, hinterfragen kritisch auch deren Risiken – wie den leichtfertigen Exhibitionismus jugendlicher im Internet – und tragen zur Medienkompetenz der Zuschauer bei. EinsPlus stellt auf diese Weise ein Wissensportal für die ganze Familie dar. Gezielt kooperiert EinsPlus mit Institutionen aus dem Bildungs- und Wissenschaftssektor.

c) Programmstruktur

(1) Grundstruktur

Die Grundstruktur des Programms setzt sich aus unterschiedlichen thematischen Bausteinen zusammen: Gesundheit, Natur, Reise, Ernährung/Kochen, Leben, Wissen und Technik. In diesen Themenfeldern bietet EinsPlus jeweils eine Auswahl hochwertiger Produktionen des Ersten und der Dritten Programme der ARD. Um auf die speziellen Publikumserwartungen und Sehgewohnheiten am Wochenende einzugehen, präsentiert EinsPlus sonntags lineares Programm mit 3- bis 4-stündigen thematischen Schwerpunkten und Reihen wie z.B.: „Deutschland-Tour“, „EuropaTour“ oder „Geschichte der Olympischen Spiele“, „Faszination Berge“, „Museen der Welt“, „Inseln“, „Straßen der Welt“ oder „Die Donau“.

Thementage und Themenwochen profilieren das Angebot zusätzlich und schaffen mehr Aufmerksamkeit für das Programm. Die EinsPlus-Schwerpunkte zu Themen, zum Teil von hoher gesellschaftlicher Relevanz sind vielfältig, lebensnah und prägnant gestaltet: Reportagen, vertiefende Diskussionen, Doku-Serien, Dokumentarspiele, unterhaltende Sendungen mit eindeutigem Wissensbezug und hochwertige fiktionale Produktionen, die politisches und geschichtliches Wissen transportieren, gehören zum Formatspektrum.

(2) Originäre EinsPlus-Produktionen

EinsPlus verfolgt eine klare Mehrwertstrategie im digitalen Markt und stellt dabei den unmittelbaren Nutzen für den Fernsehzuschauer in den Mittelpunkt. Originäre, profilbildende Programm-Marken („Leuchttürme“) sind in diesem Zusammenhang zum Beispiel:

- ein Servicemagazin mit wertvollen Hintergrundinformationen, kreativen Anregungen und praktischen Tipps für Zuschauer aller Altersschichten,
- ein Programmformat für Werte-, Glaubens- und Lebensberatungsthemen,
- ein Wissensformat, das Wissensthemen aus verschiedenen, teils ungewöhnlichen Blickwinkeln beleuchtet und Wissenschaft unkompliziert und spannend vermittelt.

Dazu kommen eigene Produktionen zu Themen wie Erziehung, Tiere und Natur, Umwelt und Energie, Kochen. So ist EinsPlus in seiner Programmierung aktuell und exklusiv.

d) Organisation

Die Federführung für das ARD-Gemeinschaftsprogramm EinsPlus liegt beim Südwestrundfunk, der dafür in Baden-Baden eine Redaktion unterhält.

3. EinsExtra

a) Grundkonzeption

„EinsExtra“ ist der digitale Informationskanal der ARD. Ziel ist es, „EinsExtra“ unter dem organisatorischen Dach von ARD-aktuell und unter der Qualitäts-Marke „Tagesschau“ zu einem umfassenden Informationsprogramm mit einem verlässlichen Nachrichtenservice für alle Nutzungsformen und Verbreitungswege weiterzuentwickeln. Kein anderer Programmanbieter verfügt über ein vergleichbares Netz von Reportern und Korrespondenten wie die ARD. Ihre aktuellen Berichte werden unter Nutzung von Synergien in einer integrierten Nachrichtenredaktion multimedial und plattformgerecht aufbereitet und verfügbar gemacht. Die ARD nimmt damit im öffentlich-rechtlichen Kernbereich „Information“ ihre Aufgabe und Verantwortung wahr, jederzeit frei verfügbare, zeitgemäße, dem hohen Anspruch von ARD-aktuell entsprechende Nachrichtenangebote für alle bereitzustellen.

b) Tragende Programmelemente

Kernangebot des Kanals „EinsExtra“ ist das Nachrichtenangebot „EinsExtra aktuell“, das seine Nachrichten zurzeit im Viertelstundentakt anbietet, weil nach Erkenntnissen der Medienforschung informationsinteres-

sierte Zuschauer entsprechende Programme nur kurz, dafür aber häufiger am Tag einschalten.

Mit Hilfe digitaler Technik bereitet ARD-aktuell Reporter-Beiträge aus „Tagesschau“, „Tagesthemen“ und „Nachtmagazin“ auf. Eigenproduzierte Berichte und Interviews ergänzen die Berichterstattung über das Tagesgeschehen. Zudem werden für „EinsExtra aktuell“ auch die Medien vernetzt und die Ressourcen des Hörfunks genutzt. Beiträge der Nachrichtenwellen wie NDRInfo, mdrInfo oder B5aktuell werden bebildert und dann gesendet.

Jede Viertelstunde in „EinsExtra Aktuell“ beginnt zurzeit mit einem Nachrichtenüberblick in 100 Sekunden – und wird abgerundet von den Ressorts. Sie bieten Hintergründe und vertiefende Informationen zu Themenbereichen wie Kultur, Wirtschaft, Sport oder Europa. Dabei greift EinsExtra auf bereits gesendete Berichte aus Sendungen der Landesrundfunkanstalten zurück.

Die Digitalisierung der Programme ermöglicht aber auch Angebote, die über das herkömmliche Programmangebot hinausgehen, also einen Mehrwert für den Zuschauer bilden. EinsExtra bietet deshalb – in Zusammenarbeit mit der Internetredaktion der Tagesschau – ständig aktualisierte Informationen auch außerhalb des speziellen Nachrichtenformats an. Sie werden in einer sogenannten „Infoleiste“ zusätzlich zum Programm eingeblendet und ebenfalls ständig von tagesschau.de aktualisiert.

c) Einzelne Sendungen/Formate

In der Primetime und am Wochenende wird dieses Informationsangebot zurzeit durch die Übernahme aller Tagesschauausgaben, von Tagesthemen, Nachtmagazin und Wochenspiegel ergänzt. Am Morgen wird das ARD Morgenmagazin gesendet. Durch die Übernahme von Brennpunkten und aktuellen politischen Sondersendungen im „Ersten“ oder in den Dritten Programmen, in der Regel live, wird das Informationsprofil von EinsExtra weiter geschärft.

Über die aktuelle Berichterstattung in den Nachrichten hinaus nutzt EinsExtra die für „Das Erste“ und die Dritten Programme produzierten Politik- und Wirtschafts-Magazine sowie Gesprächssendungen, um aktuelle politische Hintergrund-Informationen aufzuarbeiten.

Das „EinsExtra-Thema“ am Samstag und Sonntag in der Zeit von 18 bis 20 Uhr wendet sich zurzeit an Zuschauer, die an weiterführenden und einordnenden Informationen zu aktuellen Ereignissen, Jahrestagen etc. interessiert sind. Hierzu werden die hochwertigen für „Das Erste“ oder die Dritten Programme produzierten Reportagen genutzt und durch Gesprächssendungen ergänzt. Auch die Feiertagsprogramme beschäftigen sich inhaltlich-thematisch mit politischen Ereignissen.

Die regionale Berichterstattung bildet eine wichtige Säule im EinsExtra-Programm. Regionalmagazine der Lan-

desrundfunkanstalten werden am Wochenende und auf der Nachtschiene gesendet.

Formate wie „EinsExtra Info“ oder „EinsExtra unkommentiert“ dienen der Aktualisierung des Programms und erlauben gleichzeitig Lücken zu schließen, die sich aus der Struktur des Programms ergeben.

Die Ausstrahlung der „Tagesschau vor 20 Jahren“ bietet dem Zuschauer darüber hinaus einen historischen Nachrichtenrückblick.

So ergänzt und umschließt das Rahmenprogramm den Nachrichten Kern von EinsExtra und macht das Programm zu einem vollwertigen politischen Informationsangebot.

d) Organisation

EinsExtra wird vom Norddeutschen Rundfunk federführend für die ARD betrieben und von der Hauptabteilung ARD-Aktuell redaktionell betreut.

IV. Produktion

Die Digitalkanäle sind insgesamt auch ein wichtiges Versuchsfeld für technische Innovationen innerhalb der ARD. Beispielsweise gibt es bereits heute auf EinsFestival HDTV-Testausstrahlungen im Rahmen von Showcases. Entsprechend werden verstärkt Rechte an HD-Produktionen erworben und Archiv-Schätze in HD-Qualität aufbereitet. Die Digitalkanäle nutzen Synergien durch effiziente trimediale Zusammenarbeit. Gerade in der digitalen Medienwelt lässt sich Mehrwert durch intelligente Vernetzung von Inhalten sowie Fernseh- und Netzstandards schaffen. Entsprechende Produktionsmodelle führen zu einer erhöhten Wirtschaftlichkeit der Arbeitsprozesse. Durch die Prüfung und Implementierung von Low-Cost-Produktionssystemen verstehen sich die Digitalkanäle als wichtiger Innovationsfaktor innerhalb der ARD.

V. Verbreitung

Die Digitalkanäle „EinsExtra“, „EinsPlus“ und „EinsFestival“ sind über Satellit (DVB-S), Kabel (DVB-C), in einigen Regionen Deutschlands auch terrestrisch (DVB-T), über IP-TV sowie als Web-TV (z. B. Zattoo.com) empfangbar. Die Sendevorbereitung und -abwicklung erfolgen für die drei Programme ebenso wie die Bereitstellung von programmbegleitenden Diensten durch das ARD Play-Out-Center in Potsdam.

Anlage

(zu § 11 b Abs. 3 Nr. 2
des Rundfunkstaatsvertrages)

Konzepte für die Zusatzangebote des ZDF

I. Vorbemerkung

Das ZDF ist gemäß § 11 d Abs. 3 Ziffer 2 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag beauftragt, drei Digitalprogramme als Zusatzangebote zu veranstalten. Dazu legt das ZDF die folgenden Programmkonzepte vor. Die Bezeichnung der Programme im Staatsvertrag schließt ihre Präsentation unter einem noch zu findenden Namen nicht aus. Das ZDF legt sich daher auf die nachstehend beschriebene programmliche Ausrichtung der Zusatzangebote fest, unbeschadet deren konkreter Benennung.

II. ZDFinfokanal

1. Ausgangslage/Zielsetzung

Die digitale Welt ist geprägt durch die technologische Konvergenz von Fernsehen und Internet, die Verschmelzung von linearen und nicht-linearen Diensten, die Ergänzung von Echtzeitfernsehen durch zeitsouveränes Abruffernsehen. An die Stelle einzelner TV-Programme treten digitale Angebotsbouquets, die aus mehreren miteinander vernetzten TV-Programmen, Abruffernsehen und Onlinediensten bestehen. Diese werden über viele Verbreitungswege und Plattformen auf unterschiedliche Endgeräte distribuiert und ermöglichen somit eine weitgehend orts- und zeitsouveräne Nutzung.

Mit den neuen Möglichkeiten der digitalen Welt verändern sich gerade auch im Bereich der Informationsbeschaffung Verhalten und Ansprüche der Nutzer. Für immer mehr Menschen wird es zur Selbstverständlichkeit, sich zu jeder Zeit und an jedem Ort souverän mit den neuesten Nachrichten und wichtigsten Informationen versorgen zu können.

Diesen gewandelten Ansprüchen nach orts- und zeitsouveräner Nutzung muss die Weiterentwicklung der linearen und nicht-linearen Informationsangebote des ZDF Rechnung tragen, wenn das ZDF auch künftig seinem Auftrag gerecht werden will, die Bürger zu informieren und damit zur politischen Meinungs- und Willensbildung beizutragen.

Das ZDF-Hauptprogramm alleine kann diesen Anspruch nicht mehr erfüllen. Das Informationsbedürfnis der Menschen ist nicht mehr auf vorgegebene Tageszeiten festgelegt. Die Tagesabläufe sind individualisiert, Sendezeiten von Nachrichtensendungen oder Magazinen sind keine Fixpunkte mehr in der Zeitplanung unserer Zuschauer.

Aus diesem Grund ist es mehr denn je notwendig, das Hauptprogramm des ZDF um einen Kanal zu ergänzen, der unter der Dachmarke des ZDF das neue Informationsbedürfnis der Zuschauer befriedigen kann.

2. Gegenstand des Angebots

Der ZDFinfokanal ist ein digitaler Sparten-Kanal, der unter der Dachmarke des ZDF Angebote aus den Bereichen aktuelle Information, Hintergrund und Service bündelt und gezielt durch eigene Angebote ergänzt und vertieft.

Seit 1997 gehört dieser digital verbreitete Kanal zum Angebot des ZDF. Sein Programm war zunächst geprägt durch unmoderierte vierstündige Wiederholungsschleifen, deren Programminhalte zum größten Teil aus Einzelbeiträgen des Hauptprogramms und von 3sat bestanden.

Vor dem Hintergrund steigender technischer Reichweiten und veränderter Zuschauerbedürfnisse hat das ZDF bereits im Sommer 2007 mit Zustimmung des Fernsehrates das Programmkonzept weiterentwickelt. Neben der zeitversetzten Wiederholung von Sendungen wurde das Angebot an aktuellen Kurznachrichten erweitert. Dieser Weg soll in den kommenden Jahren fortgesetzt werden.

3. Beitrag zur Aufgabenerfüllung

Es zählt zu den Kernaufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, aktuell und hintergründig zu informieren sowie Orientierung zu geben. Mit den neuen Möglichkeiten der digitalen Welt verändern sich jedoch die klassischen Wege der Informationsbeschaffung grundlegend: Für immer mehr Menschen wird es zur Selbstverständlichkeit, sich zu jeder Zeit und an jedem Ort souverän mit den neuesten Nachrichten und wichtigsten Informationen versorgen zu können. Diesen gewandelten Ansprüchen nach orts- und zeitsouveräner Nutzung muss sich das Fernsehen in seiner Informationsvermittlung stellen – in Formatierung, Sprache und in den Verbreitungswegen seiner Angebote.

Der ZDFinfokanal leistet dazu in Verbindung mit dem Online-Angebot und dem ZDF-Hauptprogramm einen adäquaten Beitrag. Durch das spezifische Angebot von gebündelter Information im Infokanal kann das ZDF dem veränderten Nutzungsverhalten in seinem linearen Programmangebot gerecht werden und die vom Gesetzgeber verlangte Grundversorgung der Gesellschaft mit Informationen sicherstellen.

4. Programmkonzept

Sachverhalte zu erklären, Hintergründe auszuleuchten und Orientierung zu geben, gehört zu den Stärken des

ZDF-Informationsprogramms. Auf diesen Stärken ist das Profil des ZDFinfokanals aufgebaut. Dabei wird der ZDFinfokanal mit begrenztem Aufwand unter Nutzung des Programmstocks des ZDF als Ergänzungsangebot betrieben und weiterentwickelt.

Folgende Elemente kennzeichnen das Schema des ZDFinfokanals:

- Regelmäßige Nachrichten auch an Wochenenden und Feiertagen
- Mehrfache Wiederholungen von wochenaktuellen Magazinen
- Kompaktversionen eines Teils der wochenaktuellen Magazine als regelmäßige Wiederholungen
- Unmoderierte Kurzmagazine, die Material des Programmstocks thematisch als kompakte Service- und Informationsangebote neu bündeln. Hierin werden die bisherigen Angebote des ZDFinfokanals in aktueller Form fortgeführt
- Kurzreportagen und -dokumentationen, die politische, wirtschaftliche, wissenschaftliche und gesellschaftliche Themen aufgreifen und vertiefen
- Flächen für Programminnovationen und neue Produktionsformen, wie etwa für die Arbeit der Videojournalisten im ZDF.

Der ZDFinfokanal bündelt in der derzeitigen Ausbaustufe alle informationsorientierten Inhalte des Hauptprogramms und der Partnerkanäle – Magazine, Reportagen, Dokumentationen und Gesprächssendungen –, stellt sie neu zusammen und bietet sie als thematische Schwerpunkte an.

Das Gerüst des Programmschemas bilden die Nachrichtensendungen, die auch an Wochenenden und Feiertagen ausgestrahlt werden: Aus dem Hauptprogramm werden die „heute“-Sendungen um 15.00 und 19.00 Uhr parallel übernommen, das „heute-journal“ wird zeitversetzt um 23.00 Uhr wiederholt. Darüber hinaus werden in den „100 Sekunden“ Kurznachrichten stündlich von 8.00 bis 20.00 Uhr aktualisiert. Bei unvorhersehbaren Ereignissen von besonderem Nachrichtenwert können die „100 Sekunden“ auch kurzfristig, abweichend vom stündlichen Rhythmus, ins Programm eingesetzt werden.

Die Kurznachrichten des ZDFinfokanals stärken die Nachrichtenkompetenz des ZDF insgesamt: Sie schließen die Nachrichtenlücke, die an Wochenenden und Feiertagen sowie in den ARD-Sendewochen am Vormittag im ZDF-Hauptprogramm besteht. Mit der redaktionellen und produktionellen Infrastruktur des Infokanals ist es möglich, auch zu diesen Zeiten bei besonderen Vorkommnissen schnell zu agieren und bei Bedarf ins Hauptprogramm aufschalten zu können.

Die kurzen und fortlaufend aktualisierten Nachrichtenformate entsprechen in besonderer Weise auch dem Be-

dürfnis von Online-Nutzern nach Orts- und Zeitsouveränität. Die „100 Sekunden“ stehen deshalb auch in den Online-Diensten des ZDF zum Abruf bereit. Sie sind darüber hinaus für mobile Nutzungen auf Mobiltelefonen und iPods verfügbar. Damit wird der Informationsauftritt des ZDF im Internet bedarfsgerecht gestärkt und eine seiner Kernkompetenzen in die multimediale Welt verlängert.

Neben den Nachrichtenleuten stellen Wiederholungen von Magazinen des ZDF-Hauptprogramms (sowie von 3sat) ein besonderes Serviceangebot an die Zuschauer des ZDFinfokanals dar. Wer eine wichtige Informationssendung im ZDF-Programm verpasst hat, weil er zurzeit der Erstausstrahlung nicht sehbereit war, der kann dies eine Woche lang zu wechselnden Terminen im ZDFinfokanal nachholen.

Neben der Wiederholung kompletter Magazine gibt es kürzere Versionen der jeweiligen Sendungen. Diese Zusammenfassungen beinhalten die wichtigsten, für diese Form geeigneten Beiträge des jeweiligen Magazins. Zusammen mit unmoderierten Kurzmagazinen, die vor allem Schwerpunkte mit Service-Charakter haben, bilden sie die kurz getakteten Leisten des Schemas. In der 15-minütigen Rubrik „Das Thema“ werden zudem relevante Themen des Tages aktuell und hintergründig beleuchtet. Hierfür werden bereits vorhandene Berichte aus den Nachrichten- und Magazinsendungen des ZDF neu zusammengestellt.

Kurzreportagen und -dokumentationen, die politische, wirtschaftliche, wissenschaftliche und gesellschaftliche Themen aufgreifen, ergänzen die kompakte Programmleiste. Sie können auch zur Stützung von Programmschwerpunkten des Hauptprogramms oder zur Akzentuierung des eigenen Angebots genutzt werden. Das Programm für Wochenenden und Feiertage im ZDFinfokanal setzt – vor dem Hintergrund der spezifischen Sehgewohnheiten an diesen Tagen – stärker auf Repertoire-Angebote wie Reportagen, Features und Dokumentationen. Gleichwohl finden auch hier kurz getaktete Angebote und aktuelle Informationen ihren Platz.

Im Gegensatz zu PHÖNIX wird die Ereignisberichterstattung keine zentrale Rolle im Programm des ZDFinfokanals spielen. Lediglich fallweise und zeitlich begrenzt wird der ZDFinfokanal auch live über wichtige Ereignisse aus Politik, Gesellschaft, Sport und Wissenschaft berichten. Der ZDFinfokanal ist zudem kein special-interest-Angebot für Börsen- und Wirtschaftsberichterstattung. Eine Entwicklung in diese Richtung ist auch in Zukunft nicht vorgesehen.

Der ZDFinfokanal bietet für das ZDF zudem eine Plattform, um neue Angebotsformen und journalistische Formate testen zu können. Perspektivisch ist vorgesehen, spezifische Informationsformate zu entwickeln, die insbesondere auf jüngere Zuschauergruppen zugeschnitten sind. Erste Schritte wurden mit der Pilotsendung „Wirt-

schaftswunder“ unternommen: Das 15-minütige moderierte Servicemagazin, das Ende Juni 2008 erstmals ausgestrahlt wurde, wendet sich an junge Konsumenten und informiert über Themen rund ums Geld. Auch die Rubrik „Mojo“ bietet Raum für formale Innovationen: In 15-minütigen Reportagen greifen Videojournalisten lebensnahe Themen des Alltags auf und entwickeln neue Handschriften.

Besonderes Augenmerk wird auf die Entwicklung plattformübergreifender Formate gerichtet, die innovativ die Möglichkeiten des Fernsehens mit denen des Online-Angebots verbinden und durch Interaktivität das Publikum einbinden. Damit ist die Erwartung verbunden, Altersgruppen, die die klassische TV-Plattform nicht mehr nutzen, leichteren Zugang zu ZDF-Angeboten zu bieten.

Das ZDF hat sich verpflichtet, die vielfältigen Veränderungen des Fernsehens, die sich durch die Digitalisierung ergeben, aktiv zu gestalten. Auf dem Weg dorthin kann und wird der ZDFinfokanal durch seine synergetischen Arbeitsabläufe und plattformübergreifenden Ansätze eine wichtige Rolle spielen.

5. Verbreitung

Der ZDFinfokanal wird digital verbreitet und ist über Kabel, Satellit und Antenne (DVB-T) empfangbar. Die Nutzung und Begleitung von Sendungen im Internetangebot des ZDF erfolgt im Rahmen der medienrechtlichen Vorgaben.

III. ZDFkulturkanal

1. Ausgangslage/Zielsetzung

Entsprechend der Ermächtigung durch die Ministerpräsidenten der Länder und der Genehmigung durch den Fernsehrat strahlt das ZDF seit dem 9. Dezember 1999 den digitalen Theaterkanal via Kabel und Satellit aus.

Im Zuge der Anpassung an die Herausforderungen des digitalen Markts soll das bisherige Schleifenprogramm mit Mehrfachwiederholungen Zug um Zug durch ein strukturiertes Ganztagesprogramm ersetzt und damit der ZDFtheaterkanal zu einem Kulturkanal fortentwickelt werden.

2. Gegenstand des Angebots

Der digitale ZDFkulturkanal wird ein Genre-Spartenkanal sein, der sich in besonderer Weise der Darstellung der kulturellen Vielfalt widmet. Er bündelt unter der Dachmarke des ZDF das breite Spektrum der produktions- und anstrengungsreichen Gesamtunternehmens ZDF und seiner Partnerprogramme im kulturellen Bereich und

verstärkt diese durch gezielte Eigenangebote. Das Feld „Performing Arts“, also insbesondere die Übertragung und Berichterstattung über Theater- und Opernauführungen, Konzerte und Kleinkunst, soll als zentrales Merkmal erhalten bleiben.

Ziel ist es, dem gestiegenen Bedürfnis nach kultureller Orientierung in einer vielfältig aufgestellten Gesellschaft Rechnung zu tragen und damit einen Beitrag zur Integration zu leisten, indem der digitale ZDFkulturkanal intelligent informiert und unterhält.

3. Beitrag zur Aufgabenerfüllung

Die Darstellung und Vermittlung von Kultur gehört unstrittig zu den Kernaufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Der digitale ZDFkulturkanal richtet sich an Zuschauer aller Altersgruppen, die sich im weitesten Sinn für Kultur interessieren. Er wird auch Spezialangebote für ein jüngeres Publikum auf regelmäßigen Sendezeiten vorhalten, um diese für die Kultur und einen geistvollen Mediengebrauch im weiteren Sinne zu gewinnen. Der digitale ZDFkulturkanal stellt das kulturelle Leben in großer Breite und Ausführlichkeit dar. Er legt dabei auf die Qualität der fernsehmäßigen Umsetzung höchsten Wert.

Der digitale ZDFkulturkanal sollte auch als Veranstaltungspartner bei Festivals und als Wegweiser für Qualitätsangebote auftreten und kulturelle Projekte würdigen und fördern, die der Bewahrung und Entwicklung des kulturellen Erbes dienen. Dies gilt auch für den Denkmalschutz und den öffentlich finanzierten Kulturbetrieb allgemein.

4. Programmkonzept

Im Mittelpunkt des ZDFkulturkanals steht die Pflege der deutschen Sprache und Literatur, des Theaters, der Bildenden Künste und der Musik sowie die Darstellung von Formen der Alltagskultur und die Themenbereiche Bildung und Erziehung, Lebensqualität, urbane Lebenswelten, Pop, Avantgarde und Philosophie. Aber auch die aus dem Medium selbst erwachsene Film- und Fernsehkultur wird in ausgewählten Premium-Produktionen aus den Bereichen Dokumentar- und Spielfilm bis hin zum anspruchsvollen Fernsehspiel Gegenstand des Angebots des digitalen ZDFkulturkanals sein.

Das Angebot beinhaltet insgesamt Übertragungen von Bühnenereignissen aus den Bereichen Theater, Ballett, Musiktheater, Konzert, Performance-Kultur, die umfassende Darstellung bedeutender regionaler Kulturfestivals, die Berichterstattung über und Darstellung von herausragenden kulturellen Wettbewerben. Außerdem wird der digitale ZDFkulturkanal Kulturmagazine und genrespezifischen Dokumentationen und Gesprächssendungen der ZDF-Programmfamilie gebündelt und zu

bester Sendezeit und zum Teil neu aufbereitet präsentieren.

Ein Angebot im Bereich Jugendkultur mit einem Schwerpunkt Jugend, Musik und Jugend-Lebensart wird zu den unverwechselbaren Kennzeichen des digitalen ZDFkulturkanals gehören. Er unterstreicht den Anspruch des Kanals, auch ein jüngeres Publikum an öffentlich-rechtliches Qualitätsprogramm heranzuführen. Spielerische Präsentationsformen und Publikumsansprache, Edutainment und ein frischer Umgang mit Form, Farben und Sounds sind dabei wesentliche Mittel. Der digitale ZDFkulturkanal wird außerdem dem gewachsenen Interesse an Bildung Rechnung tragen und auch die Diskussion um die Fortentwicklung der Bildungsinstitutionen widerspiegeln. Er wird sich aktiv an Motivationsaktionen für Schülerinnen und Schüler beteiligen und mit Aktionen wie dem Schülertheaterfestival und einem neuen Format, in dem Jugendliche mit Leistungsträgern unserer Gesellschaft zusammentreffen und Fragen zu deren beruflichen Werdegang, aber auch zum Thema Moral und Verantwortung stellen.

Da das ZDF mit seinem Hauptprogramm, Phoenix und dem Infokanal bereits über Flächen für die aktuelle politische Berichterstattung verfügt, wird der ZDFkulturkanal keine eigene Nachrichtenberichterstattung (mit der Ausnahme der Übernahme einer Hauptnachrichtensendung), keine politischen Magazine, und keine Übertragung von politischen Ereignissen einplanen. Außerdem wird der ZDFkulturkanal keinen Sport und keine Wirtschafts- und Ratgebersendungen vorsehen.

Das Verhältnis zum ZDF-Hauptprogramm und zu den Partnerkanälen baut auf den gewachsenen und gelebten Erfahrungen des ZDFtheaterkanals im Programmverbund auf. Dabei sind programmübergreifende Kulturschwerpunkte denkbar, die zu Spitzenereignissen auch im Hauptprogramm bzw. in den Partnerkanälen aufscheinen, etwa bei der Berlinale, beim Berliner Theaterfest, den Bayreuther und Salzburger Festspielen oder großen Pop- und Rockfestivals sowie in bewusst mehrkanalig operierenden Programmen wie unlängst beim Cirque du Soleil mit einer Übertragung vor und hinter der Bühne auf zwei Kanälen.

Der digitale ZDFkulturkanal baut auf Erfahrungen des ZDFtheaterkanals auf und verinnerlicht dessen besondere und in der Medienlandschaft einzigartige Aufmerksamkeit für die Darstellenden Künste in ihrer Vielfalt als weltweit beispielloses konstituierendes Element deutscher Kultur. Dabei spielen auch Repertoireangebote eine Rolle, die vor allem im Tagesprogramm, aber auch im Zusammenwirken mit der ZDF-Mediathek weiterhin vorgehalten werden sollten. Dabei sind auch programmbegleitende und sendungsergänzende Angebote im Internet nötig, insbesondere im Hinblick auf das besondere Augenmerk des digitalen ZDFkulturkanals für das jüngere Publikum.

5. Verbreitung

Der ZDFkulturkanal wird digital verbreitet und ist derzeit über Kabel und Satellit empfangbar. Die Nutzung und Begleitung von Sendungen im Internetangebot des ZDF erfolgt im Rahmen der medienrechtlichen Vorgaben. Der digitale ZDFkulturkanal sollte diskriminierungsfrei verbreitet werden, d.h., auf allen digitalen Plattformen gut auffindbar sein.

IV. ZDF-Familienkanal

1. Ausgangslage/Zielsetzung

Das ZDF kann nur von bleibendem Wert für die Gesellschaft sein, wenn es alle relevanten Teile der Gesellschaft erreicht. Angesichts des sich immer stärker diversifizierenden Fernsehmarktes und der sich verändernden Nutzungsgewohnheiten der jüngeren Zielgruppen wird dies zusehends schwieriger. Das ZDF-Hauptprogramm erreicht vor allem Zuschauer, die älter als 60 Jahre sind. In den jüngeren Altersgruppen ist das ZDF unterdurchschnittlich vertreten. Besorgniserregend ist in diesem Zusammenhang, dass sich auch und gerade die jungen Familien immer mehr den Privatsendern zuwenden. Die Erfahrung zeigt zudem, dass die Zuschauer mit steigendem Alter nicht im gewünschten Maße zum ZDF zurückkehren werden.

Bei allem gesellschaftlichen Wandel bleibt die Familie die kleinste und zugleich bedeutendste Einheit eines verbindlichen Miteinanders unterschiedlicher Generationen. Sie ermöglicht das Erlernen, Leben und Weitergeben grundlegender Regeln der Gesellschaft. Umso mehr hat das ZDF als nationaler öffentlich-rechtlicher Sender hier in besonderem Maße Verantwortung.

Es muss das Ziel des ZDF sein, diese Zuschauergruppen wieder zurückzugewinnen und dauerhaft zu binden. Dies kann nur gelingen, wenn das ZDF ein Programm anbietet, das sich an der Lebenssituation, den Bedürfnissen und der medialen Sozialisation junger Familien orientiert. Die Entwicklung des Fernsehmarktes sowie die veränderten Sehgewohnheiten zeigen, dass dies nur mit einem eigenen, passgenauen Angebot möglich ist.

Der ZDFdokukanal soll deshalb konsequent zu einem Programm weiterentwickelt werden, das sich insbesondere an junge Familien richtet. Der ZDF-Familienkanal soll Zuschauer zwischen 25 und 50 Jahren sowie deren Kinder ansprechen. Er soll die öffentlich-rechtliche Alternative zu den in dieser Altersgruppe vorherrschend genutzten Programmangeboten werden.

2. Gegenstand des Angebots

Der ZDF-Familienkanal bietet ein Programm mit vielfältigen Inhalten aus den Bereichen Bildung, Kultur, Wis-

senschaft, Beratung, Information und Unterhaltung. Er bedient sich aller wichtigen Genres wie Dokumentation, Reportage, Fernsehfilm, Serie, Spielfilm, Magazin sowie Show/Talk und beschäftigt sich insbesondere mit Inhalten aus den Bereichen Gesellschaft und Erziehung, Ratgeber und Service, Wissenschaft und Natur, Geschichte und Zeitgeschehen sowie Kultur.

Im Mittelpunkt der Zuschaueransprache des ZDF-Familienkanals steht eine realitätsnahe Orientierungs- und Ratgeberfunktion. Auch das Bedürfnis, angesichts der zunehmenden Fragmentierung des Alltags auf anspruchsvolle Weise Entspannung und intelligente Unterhaltung zu finden, wird angemessen berücksichtigt. Hier sind die Kernkompetenzen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gefordert, die mit Hilfe eines familienorientierten Angebots der adressierten Altersgruppe vermittelt werden können.

3. Beitrag zur Aufgabenerfüllung

Der deutsche Fernsehmarkt hat sich zu einem der wettbewerbsstärksten auf der Welt entwickelt. Ein Haushalt hat im Schnitt 63 Programme auf der Fernbedienung programmiert. In keinem anderen europäischen Land können so viele Zuschauer so viele Programme sehen. Die großen Sender konkurrieren zunehmend auch mit den kleinen Anbietern. In Zukunft werden noch mehr Programme um Marktanteile konkurrieren. Gleichzeitig weist die Marktanteilsentwicklung des ZDF-Hauptprogramms der letzten 15 Jahre überproportionale Verluste bei den jüngeren Zuschauern auf. Es werden aktuell nur noch 38 % des Marktanteils von 1992 erreicht, während es bei über 50-Jährigen noch 70 % des damaligen Niveaus sind.

Deshalb hat der ZDF-Familienkanal die Aufgabe, die Zuschauer, die sich aufgrund ihres Alters, ihrer Lebensgewohnheiten und ihrer medialen Sozialisation im Rahmen des ZDF-Hauptprogramms nur teilweise mit ihren spezifischen Bedürfnissen wieder finden, an ein wertehaltiges öffentlich-rechtliches Programmangebot heranzuführen und sie dauerhaft zu binden. Schema-, Programm- und Formatgestaltung sollen passgenau den Tagesablauf sowie die Sehbedürfnisse junger Familien berücksichtigen.

Der ZDF-Familienkanal ist komplementär zum Hauptprogramm. Er bündelt und ergänzt dessen Angebote unter inhaltlichen, demografischen und soziologischen Gesichtspunkten und erweitert sie um Programminnovationen, die sich den zentralen Fragen des Alltags junger Familien zuwenden. Der ZDF-Familienkanal soll inhaltlich, aber auch in Bezug auf die Formatentwicklung zum Innovationsmotor für die ZDF-Familie werden.

Gleichzeitig nutzt der Familienkanal die Programmvorräte der ZDF-Familie neu und gewinnbringend und leistet durch wirtschaftliche und inhaltliche Synergien

einen wichtigen Beitrag zur Amortisation kostbarer Ressourcen im Gesamtunternehmen. Qualität und Modernität zahlreicher ZDF-Programme, die von vielen Jüngeren im Hauptprogramm nicht mehr vermutet werden, kommen zu neuer Geltung. Das ZDF-Hauptprogramm profitiert selbst wiederum von den neuen Erfahrungen bei der Ansprache jüngerer Zuschauer. Der Digitalkanal kann die Programmvietfalt, die vorliegenden Lizenzen und die Stärke des Hauptprogramms nutzen.

Dabei unterscheidet sich der ZDF-Familienkanal erkennbar von den Zielgruppenangeboten der kommerziellen Anbieter. Sein Ziel ist die Vermittlung von Wissen und Werten, die zu einer positiven Gestaltung der eigenen wie der gesellschaftlichen Lebenswirklichkeit befähigen. Der ZDF-Familienkanal möchte mit seinem Programmangebot dazu beitragen, das Vertrauen speziell der Familien in ihre eigene Zukunft zu festigen und die Wertschätzung der jungen Familie in der Gesellschaft zu verstärken.

4. Programmkonzept

Im Mittelpunkt des ZDF-Familienkanals stehen eine realitätsnahe Orientierungs- und Ratgeberfunktion sowie die Möglichkeit, angesichts der zunehmenden Fragmentierung des Alltags auf anspruchsvolle Weise Entspannung und intelligente Unterhaltung zu finden. Der ZDF-Familienkanal ist somit eine konsequente Weiterentwicklung des ZDF.dokukanals. Die Stärke des ZDF.dokukanals, mit Dokumentationen und Reportagen Orientierung zu bieten und Hintergrund zu vermitteln, soll weiter ausgebaut werden. Im Vordergrund stehen dabei folgende Funktionen, die für die Erfüllung des Programmauftrages zentral sind: Wissensvermittlung, Lebens- und Alltagsbewältigung, politische und (zeit-)geschichtliche Bildung sowie anspruchsvolle Unterhaltung.

Der ZDF-Familienkanal wird sich weiterhin an der Bedeutung, die Wissenschaft und kontinuierlicher Wissenserwerb gerade für jüngere Zuschauer haben, ausrichten. Wissen(schaft)s- und Natursendungen werden einen wichtigen inhaltlichen Akzent setzen ebenso wie die generationenverbindenden Programm-Marken „Terra X“ und „Abenteuer Wissen“. Dokumentationen und Reportagen entsprechen ohnedies einem Grundbedürfnis vieler Menschen, in einer immer unübersichtlicheren Welt Orientierung zu erfahren, Überblick zu gewinnen, die notwendigen Hintergrundinformationen zu erhalten. Fortgesetzt werden soll auch die erfolgreiche „Tagesdoku“. Dokumentationen und Reportagen beleuchten von Montag bis Freitag ein Thema der Woche in unterschiedlichsten Facetten und vermitteln auf diese Weise abwechslungsreiches und differenziertes Hintergrundwissen. Als Programminnovation geplant ist eine Wissenssendung für junge Familien.

Der ZDF-Familienkanal soll Orientierungshilfe für die alltägliche Lebensbewältigung sein. Zentral sind hier die

Themen „Schule“, „Bildung“ sowie „Fragen nach der Vereinbarkeit von Familie und Beruf“. Sendereihen wie beispielsweise „37°“, „Babystation“, „S.O.S. Schule“, „Zeit der Wunder“ oder „Mädchengeschichten“ haben in diesem Kontext einen festen Platz. Darüber hinaus soll praxisnahen Fragen aus dem Alltag junger Familien wie z. B. zu den Themen „Hausbau“, „Finanzen“, „Versicherungen“ nachgegangen werden. Als Programminnovationen sind Ratgebersendungen, Ombudsmagazine und neue dokumentarische Erzählformen angedacht.

Der ZDF-Familienkanal setzt darauf, seinen Zuschauern Anregungen für die aktuelle politische Diskussion und zur zeitgeschichtlichen Meinungsbildung zu liefern. Ein besonderes Augenmerk gilt deshalb vor allem den historischen und zeitgeschichtlichen Dokumentationen, bei denen das ZDF über eine breite internationale Reputation verfügt. In diesem Zusammenhang seien die großen zeitgeschichtlichen Fernseh Ereignisse wie „Dresden“ oder „Die Gustloff“ erwähnt, die der ZDF-Familienkanal ins Zentrum seiner Programmschwerpunkte setzen wird. Eine Programminnovation im Bereich der politischen Bildung soll die Entwicklung einer neuen Wahlsendung für junge Familien darstellen. Auch bei der Nachrichtenberichterstattung will der ZDF-Familienkanal neue Wege gehen, indem er sich auf eine erfolgreiche Programmentwicklung des Hauptprogramms stützt: eine Adaption der „Logo“-Nachrichten für junge Familien.

Gleichzeitig soll der Familienkanal auf anspruchsvolle Weise Entspannung und intelligente Unterhaltung bieten. Vor dem Hintergrund der Pluralisierung von Lebensformen findet sich ein Alltag, der in erster Linie von der Fragmentierung familiärer und gesellschaftlicher Zusammenhänge und damit einem Gefühl ständiger Überbelastung durch die Anforderungen des täglichen Lebens gekennzeichnet ist. Umso mehr tritt neben der Suche nach Sinn und Orientierung auch der Wunsch nach Entspannung und Entlastung. Einen eigenen Stellenwert im Programm des ZDF-Familienkanals haben deshalb fiktionale Sendungen vom Fernsehfilm über die Serie bis hin zum Spielfilm. Aufgrund ihres hohen Identifikationspotenzials eignen sie sich ganz besonders für die Vermittlung komplexer Zusammenhänge oder vorbildhafter Wertesysteme, besonders dann, wenn sie sich erkennbar am Alltag und der Lebenswirklichkeit ihrer Zuschauer orientieren.

Für die Hauptsendezeit des neuen ZDF-Digitalkanals ist so eine Mischung aus hochwertiger Fiktion und erstklassigen Dokumentationen geplant. Sie wird von erfolgreichen Reportagen und Dokumentationen, thematisch ausgerichteten Programmschwerpunkten sowie preisgekrönter nationaler und internationaler Fiktion geprägt sein. Aufgabe der Programmschwerpunkte und Themenabende wird es sein, die Vorteile der Verschränkung von dokumentarischem Informationsprogramm und emotional-involvierender Fiktion so zu verbinden, dass den Zuschauern ein attraktiver, breiter und nachhaltiger Zugang

zu wichtigen Themenstellungen auch bei komplexen Sachverhalten möglich wird. Auf diese Weise sollen fiktionale Programme nicht nur unterhalten, sondern auch Anregung zur Reflexion individueller wie gesellschaftlicher Verhaltensweisen, Themen und Prozesse bieten.

Der ZDF-Familienkanal kann sich hierbei auf ein breites Fundament erstklassiger Fernsehfilme und Spielfilme stützen, die für seine Zuschauer zum Teil allein deshalb „Premieren“ sind, weil sie im ZDF-Hauptprogramm zu Sendezeiten laufen, die mit dem Lebensrhythmus dieser Altersgruppe nicht kompatibel sind oder auch, weil sie von ihnen gar nicht im ZDF-Hauptprogramm vermutet werden. Einen ganz eigenen Akzent will der ZDF-Familienkanal auch bei der Entwicklung und Pflege des filmischen Nachwuchses setzen und dabei an die gelebte Tradition des „Kleinen Fernsehspiels“, der Filmredaktion 3sat sowie der Innovationswerkstatt „Quantum“ anknüpfen. Gefragt sind Sendungen, die den Dingen des täglichen Lebens auf den Grund gehen und ihren Wert in einer ganz praktischen Alltags- und Lebenshilfe haben. Auch die fiktionalen Serien können modellhafte Lebensbewältigung und Persönlichkeitsentwicklung mit vielfältigen Facetten über einen langen Zeitraum begleiten und damit realitätsnahe Problembewältigungsstrategien vermitteln. Im Rahmen des Vorabendprogramms sollen deshalb beispielsweise „Familienserien“ zum Einsatz kommen, die den Alltag junger Menschen mit all seinen Brüchen, Widersprüchen und Reibungsflächen zum Thema haben.

Mit eigenen Formatentwicklungen soll der ZDF-Familienkanal zur Entwicklungsplattform und zum Innovationsmotor für die ZDF-Programmfamilie werden. Systematisch sollen von Beginn an Formate, Genres und Protagonisten getestet werden, die bei Erfolg auch im Hauptprogramm Verwendung finden können. Auf diese Weise profitiert nicht nur der ZDF-Familienkanal von den Erfahrungen und Programmvorräten des Hauptprogramms, sondern auch das Hauptprogramm und die ZDF-Partnerkanäle von den Entwicklungen des digitalen Kanals.

Das Programmschema orientiert sich am Tagesablauf der 25- bis 50-Jährigen, vor allem der jungen Familien. Eine besondere Herausforderung für die Programmierung ist der unregelmäßige, zum Teil nicht planbare Tagesablauf sowie die Parallelität mehrerer individueller Tagesverläufe gerade in jungen Familien, die das Programmschema durch zeitversetzte Wiederholung zentraler Sendungsangebote über den ganzen Tag berücksichtigen wird.

In der Hauptsendezeit wird die Zuschaueransprache und Schemagestaltung des ZDF-Familienkanals von folgenden Leitgedanken geprägt:

- Die Vorabend-Zeit zwischen 17.00 Uhr und 21.00 Uhr ist dezidierte Familienzeit: In knapp 26 % der Familien-Haushalte wird zwischen 17.00 Uhr und 20.15

Uhr gemeinsam ferngesehen – und dies, obwohl 44 % der Kinder einen eigenen Fernseher besitzen. 82 % der Eltern hätten die gemeinsame Fernsehzeit gerne häufiger; es fehlen entsprechende Programmangebote zur richtigen Zeit. Und es fehlen – gerade mit Blick auf die Kinder – werbefreie Fernsehangebote.

- Im Zentrum des Programmschemas steht der Primetime-Beginn um 21.00 Uhr. Er trägt der Tatsache Rechnung, dass für die meisten Eltern erst jetzt eine eigene „Freizeit“ beginnt, aber auch die 25- bis 50-Jährigen ohne Kinder können um diese Uhrzeit fernsehen (der Höhepunkt in der Fernsehnutzung von Eltern liegt um 21.30 Uhr, bei Erwachsenen ohne Kinder um 21.00 Uhr).

Bei dem ZDF-Familienkanal handelt es sich nicht um ein klassisches Vollprogramm. Das Programmschema des ZDF-Familienkanals verdeutlicht vielmehr, dass mit dem ZDF-Familienkanal ein Spartenprogramm geplant ist, das sich auf eine bestimmte Zielgruppe im Fernsehmarkt fokussiert, ähnlich wie auch der Kinderkanal sich unter Anwendung zahlreicher Genres an eine bestimmte Zielgruppe wendet. Im neuen ZDF-Familienkanal werden im Unterschied zu klassischen Vollprogrammen keine regelmäßigen Nachrichtensendungen, keine festen Programmplätze für Sport und keine Boulevard-Showsendungen im Schema Eingang finden.

Das ZDF wird in allen Genres die öffentlich-rechtlichen Qualitätsansprüche einlösen. Die Unterhaltung ist Teil des Konzeptes, weil das ZDF beabsichtigt, auch im Genre Unterhaltung neuartige Formate zu erproben und im Familienkanal zu pilotieren.

Der ZDF-Familienkanal soll gerade jüngere Zuschauer, d.h. die Altersgruppe der etwa 25- bis 50-Jährigen, ansprechen. Dazu soll insbesondere im Ratgeberbereich das Publikum mit neuen Ausdrucks- und Programmformen und einer gegenüber dem Hauptprogramm selbständigen Art der Ansprache durch informierende und orientierende Programme gewonnen werden.

Die Unterhaltungsangebote sollen dabei ein spezifisch öffentlich-rechtliches Profil aufweisen. Dazu werden sie einerseits berücksichtigen, dass Entspannung und Anregung Zuschauerbedürfnisse sind. Zugleich können aber auch Unterhaltungsangebote Information und Orientierung vermitteln. Der ZDF-Familienkanal wird in seinen Unterhaltungsangeboten insbesondere auch die jüngeren Zuschauer ansprechen und ihnen die Auseinandersetzung mit Themen aus dem Alltag, dem Wissensfundus der Gesellschaft und der Kultur ebenso ermöglichen wie die Reflexion von Themen unserer Zeit. Er soll also die Zuschauer für Qualität, Information und Orientierung gewinnen.

Der Sender wird sich bereits dadurch von anderen Programmen, vor allem kommerziellen Sendern, abheben, weil er zu rund 80 % mit Wiederholungen aus dem ZDF-

Hauptprogramm (darunter insbesondere Sendungen, die beim jüngeren Publikum erfolgreich sind) bestückt wird. Von den meisten kommerziellen Digital-Spartenkanälen unterscheidet er sich außerdem dadurch, dass er nicht monothematisch angelegt ist. Anders als diese verfolgt der ZDF-Familienkanal nämlich einen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gemäßen Ansatz. Er leistet mit einer großen Bandbreite an Themen, Genres und Handschriften, mit Mehrheiten- und Minderheitenprogrammen einen Beitrag zum Zusammenhalt der Gesellschaft. Im Gegensatz zu monothematischen Kanälen ermöglicht er dem Zuschauer, sich durch Vielfalt und Unterschiedlichkeit ein differenziertes Weltbild zu verschaffen. Von den bestehenden öffentlich-rechtlichen Programmen unterscheidet sich der Familienkanal aufgrund seiner spezifischen Programmmischung und Zielgruppenausrichtung deutlich.

Strukturell wird sich der ZDF-Familienkanal von den bestehenden kommerziellen Digitalfernsehangeboten durch das Fehlen von Werbung und Sponsoring abheben. Er wird sich darüber hinaus dadurch unterscheiden, dass keine Konzentration auf Inhalte stattfindet, die sich gewinnbringend vermarkten lassen. Das Programm steht – wie alle Angebote des ZDF – nicht im Dienst des kommerziellen Erfolgs und verzichtet daher auf Sendungen, die vor allem dem Zweck dienen, Begleitdienste und -produkte (etwa Downloads, CDs, DVDs) abzusetzen oder durch die Beteiligung der Zuschauer an Abstimmungen o. ä. Erlöse zu erzielen.

Der ZDF-Familienkanal ist damit ein durch und durch öffentlich-rechtliches Programmangebot, das als klar unterscheidbare Alternative zu den privaten Programmen positioniert werden soll.

Der Auf- und Ausbau des ZDF-Digitalkanals erfolgt – parallel zur wachsenden technischen Verbreitung – in zeitlich gestaffelten Ausbaustufen. In der ersten Stufe ab 2009 profitiert das Programmschema vom Rückgriff auf den breiten Fundus des Programmarchivs sowie von aktuellen Übernahmen aus dem ZDF-Hauptprogramm. Erste Programminnovationen dienen der Positionierung auf dem Fernsehmarkt und der Etablierung des neuen Kanalprofils. Das besondere Augenmerk wird dabei auf der Erzeugung einer großen Zuverlässigkeit im Angebot von hochwertigen Dokumentationen und Reportagen, thematisch relevanten Wissens- und Ratgeberformaten, spannenden, anregenden und dem realen Alltag junger Familien affinen unterhaltenden Sendungen sowie einem breiten, inhaltlich diskursiven Spektrum in Form von Programmschwerpunkten liegen. Beginnend mit 2010 werden einige Wiederholungsleisten durch weitere Programm-Innovationen ersetzt, die auch die Aufgabe haben, das Profil des Senders zu schärfen. In der dritten Ausbaustufe ab 2012 soll der ZDF-Familienkanal in einer synergetischen Mischung aus Verwertung des ZDF-Programmvorrats und vermehrt eigenproduzierter bzw. erworbener Programmware sein eigenständiges Programmprofil festigen und verstärken.

5. Empfangbarkeit

Der ZDF-Familienkanal wird ausschließlich digital verbreitet und ist über Kabel, Satellit und Antenne empfangbar. Angestrebt wird dabei eine 24 Stunden-Verbreitung über DVB-T, die bisher aus Kapazitätsgründen noch auf eine Sendezeit zwischen 21.00 Uhr und 6.00 Uhr beschränkt ist. Eine sendungsbezogene Programmbegleitung im Rahmen des Online-Angebotes des ZDF sowie das Bereitstellen von Sendungen in der ZDF-Mediathek sind ebenfalls vorgesehen. Gerade für jüngere Zuschauer ist das Zusammenspiel der Medien von entscheidender Bedeutung. Vertiefende Informationen und Hintergründe zu den im Familienkanal angebotenen Themen im online-Bereich sind deshalb essentiell für die angestrebte Publikumsbindung. Insbesondere bei Programmschwerpunkten und Themenabenden soll diese Verknüpfung von Fernsehen und Internet zum Tragen kommen. Bei der Entwicklung von Programminnovationen sollen zudem die Möglichkeiten der crossmedialen Verbindung berücksichtigt werden.

V. Finanzierung

Die Zusatzangebote werden in der Gebührenperiode ab 2009 aus dem Bestand finanziert. Auch für die Gebührenperiode ab 2013 hat sich das ZDF verpflichtet, keine gesonderten Mittel anzumelden, sondern die Zusatzangebote aus dem Bestand zu finanzieren.

Anlage

(zu § 11 c Abs. 3 Nr. 3
des Rundfunkstaatsvertrages)

Programmkonzept DRadio Wissen

1. Ausgangslage

Der Eintritt ins digitale Zeitalter geht einher mit Unsicherheiten künftiger Mediennutzung, von denen auch die Qualitätsangebote im Hörfunk betroffen sind. Wer eine junge anspruchsvolle Zielgruppe erreichen will, muss ein an den inhaltlichen und formalen Ansprüchen sowie den Rezeptionsgewohnheiten dieser Zielgruppe orientiertes Radioformat entwickeln.

Gerade die Zielgruppe der jungen Erwachsenen, die mit DRadio Wissen vorrangig angesprochen werden soll und die durch andere anspruchsvolle Angebote nicht angemessen erreicht wird, zeichnet sich durch ein großes Informationsbedürfnis aus und ist durch das Internet an

hohe Aktualitätsstandards gewöhnt. Ausgehend von der Zielgruppe junger Erwachsener wird das Programmangebot von DRadio Wissen seinen Inhalten entsprechend generationsübergreifend und integrativ angelegt.

Ein erfolgreiches Radioprogramm muss ein breites Interessenspektrum seiner Zielgruppe befriedigen, um Hördauer und langfristige Hörerbindung und damit Akzeptanz am Markt zu erreichen.

Erfolgreiches Radio muss sich durch ein einprägsames, leicht „erlernbares“ Sendeschema und kreative Programmformen auszeichnen.

Der Hörfunkrat des Deutschlandradios hat am 11. September 2008 den „Bericht über programmliche Leistungen und Perspektiven des Nationalen Hörfunks 2008 bis 2010“, (HR 5/2008) verabschiedet. Er verpflichtet das Deutschlandradio darin auf Qualitätsstandards, die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk verbindlich sein sollten. Dies betrifft u. a.

- einen hohen Anteil an Eigenproduktionen,
- ein verlässliches Nachrichtenraster,
- Innovationsfähigkeit und
- die Eigenentwicklung von Formaten für die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Hörschaft.

Repräsentative Hörerumfragen belegen, dass die Deutschlandradio-Programme sich wegen dieser Merkmale einer hohen Akzeptanz bei der Hörschaft erfreuen. Ein Drittel der insgesamt 4,8 Millionen Hörer der 22 gehobenen Programme in Deutschland werden allein durch die beiden Angebote des Nationalen Hörfunks Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur generiert – und dies trotz unzureichender bundesweiter Frequenzausstattung.

Der hohe Anteil der Hörschaften legt nahe, dass ein erfolgreiches, sich an den vorgegebenen Qualitätsmerkmalen orientierendes DRadio Wissen die Zahl der Hörer dieses anspruchsvollen Programmsegments insgesamt erhöhen und damit weiter zur Anerkennung öffentlich-rechtlicher Qualitätsleistungen beitragen kann. Insoweit ist das Angebot von strategischer Bedeutung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk insgesamt.

Deutschlandradio Kultur ist es gelungen, mit seinen innovativen Angeboten sowohl das jüngste Durchschnittsalter der Hörer der sogenannten gehobenen Programme (Deutschlandradio Kultur MA 2008 II 50 Jahre, generell 55 Jahre) als auch ein ausgeglichenes Verhältnis von weiblichen und männlichen Hörern zu erzielen. Diese Erfahrungen bilden eine tragfähige Grundlage für die Entwicklung eines neuen Qualitätsangebots, das sich dem Thema Wissen widmet.

Ein solches Wissensprogramm wird weder öffentlich-rechtlich noch kommerziell angeboten. Es entspricht von seinen Inhalten dem Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Es tritt nicht in Konkurrenz zu bestehenden

Angeboten. Der Nationale Hörfunk ist der angemessene Veranstalter, weil er wegen seiner überregionalen Struktur und seiner Präsenz in allen Ländern über enge Kontakte zu den Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen verfügt, zum Teil schon jetzt mit ihnen zusammenarbeitet und ihnen eine bundesweite publizistische Aufmerksamkeit verschaffen kann. Dies ist nicht nur von medienpolitischer, sondern auch von wissenschafts- wie gesellschaftspolitischer Bedeutung. DRadio Wissen ist ein publizistischer Integrator in der föderalen Wissenschafts- und Bildungslandschaft.

Inhaltlich und formal wird sich DRadio Wissen als ein wortorientiertes Programm an den vorgegebenen Qualitätsstandards ausrichten.

2. Zielgruppe und inhaltliches Angebot

Deutschlandradio wird mit DRadio Wissen ein digitales, werbefreies Vollprogramm veranstalten. Es verknüpft die Verlässlichkeit der Marke Deutschlandradio mit Kürze und Fasslichkeit der Darbietung sowie einem eindeutigen Nützlichkeitsversprechen. Es soll neben Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur treten, prinzipiell alle Altersgruppen ansprechen, sich aber vor allem an die Zielgruppe „junge Erwachsene“ richten. Das Profil „Wissen“ ist jugendaffin. Jungen Leuten ist bewusst, dass Bildung, Ausbildung und Wissenserwerb Voraussetzungen für soziale Sicherheit, gesellschaftliche Anerkennung und beruflichen Aufstieg sind.

Der Wissensbegriff ist weit gefächert. Er umfasst Forschungsergebnisse aus den Natur- und Geisteswissenschaften, Bildung und Beruf, Geschichte und Literatur, Gesundheit und Ernährung, Umwelt und Verbraucherschutz, Religion und Web-Wissen. Ein Programmangebot „Wissen“ steht im Einklang mit der von Politik, Wirtschaft, Gewerkschaften und allen kulturellen Institutionen getragenen Überzeugung, dass die Zukunftssicherung unseres Landes davon abhängt, in welchem Maße es gelingt, die Gesellschaft zu einer „Wissensgesellschaft“ zu formen. Ein digitales Wissens-Angebot, bei dem das Internet als Plattform gleichberechtigt neben das lineare Programm tritt, kommt den medialen Nutzungsgewohnheiten des jüngeren Publikums entgegen. Es fördert außerdem die dringend benötigte Akzeptanz digitaler Verbreitungswege für das Radio.

Das neue Programm basiert nicht auf der Parallel-Ausstrahlung von auf anderen Kanälen zeitgleich gesendeten Formaten. DRadio Wissen ist ein innovatives Vollprogramm. Es kann auf eine Fülle von Inhalten aus Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur zurückgreifen. Die beiden Programme zeichnen sich durch einen unvergleichlich hohen Anteil an Eigenproduktionen/Erstsendungen aus (über 60 Prozent). Wissensangebote unterschiedlicher Genres sind in hohem Maße vorhanden. Viele können unverändert übernommen, andere

müssen umformatiert werden. Als Beispiele für Sendungen deren Inhalte für DRadio Wissen aufbereitet werden könnten, dienen etwa: Forschung aktuell, Campus & Karriere, PISaplus und Elektronische Welten.

Der bereits generierte Stoff muss durch einzelne, speziell für DRadio Wissen produzierte Beiträge ergänzt werden. Geeignete Inhalte aus den Programmen der Landesrundfunkanstalten der ARD sind über den vertraglich vereinbarten Programmaustausch (*Kooperationsvereinbarung zwischen ARD und Deutschlandradio vom 6. Dezember 1994 auf der Grundlage von § 5 Deutschlandradio-Staatsvertrag*) verfügbar und werden das Angebot bereichern. Deutschlandradio hat darüber hinaus interessierte Landesrundfunkanstalten eingeladen, innovative Formate zu entwickeln, die sie in den eigenen Programmen ausstrahlen und für das nationale Wissensprogramm bereitstellen können. Diese Sendungen können in DRadio Wissen integriert werden. Das Volumen der durch den Programmaustausch zur Verfügung gestellten Inhalte und die daraus zu gewinnenden Synergien beeinflussen das von Deutschlandradio für DRadio Wissen zu planende Budget.

3. Programmstruktur

Eine besondere Herausforderung ist die Strukturierung des Programms. Es muss ebenso aktuelle Informationen aus allen Wissensbereichen wie vertiefende Berichterstattung anbieten. Es wird aus den von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur übernommenen, von anderen zugelieferten oder aus neu produzierten Beiträgen in Modulen gebündelt. Dieses Strukturprinzip gilt vornehmlich für die Hauptsendezeiten von 07.00 Uhr bis 20.00 Uhr.

Ein wissensaffines Publikum erwartet eine klare und verlässliche Nachrichtenstruktur mit hoher Frequenz. Deutschlandradio kann sich dabei auf eine von ihm in Auftrag gegebene Nutzerstudie stützen (*Ergebnisse einer Elitenbefragung unter Politikern, Journalisten, Wirtschaftsmanagern und Führungskräften aus dem Bereich Kultur in Deutschland. Juni 2008, tns emnid*). In dieser repräsentativen Studie setzen achtzig Prozent der Befragten ausführliche Nachrichtensendungen an die erste Stelle des von ihnen erwarteten idealtypischen Inhaltsprofils eines bundesweiten Informations- und Kulturprogramms. So wird DRadio Wissen zwischen 07.00 Uhr und 20.00 Uhr ein durch Nachrichtenblöcke strukturiertes Programm nach der Stundenuhr anbieten. In einem 15- bis 20-minütigen Rhythmus werden aktuelle politische Nachrichten, Wissens- und Kulturnachrichten die Stunde gliedern. Für die Flächen zwischen den Nachrichtenblöcken werden themenbezogene Beitragsmodule erstellt. Thematisch folgt dies den Beschreibungen unter Punkt 2. Bildungspolitische und bildungspraktische Themen zum Primär-, Sekundär- und Tertiär-Bereich werden wegen des hohen Nutzwerts für die Zielgruppe eine herausragende Rolle spielen.

Wissen bedeutet auch, fit zu sein für den Tag. Insoweit wird DRadio Wissen im Rahmen dieser Beitragsmodule auch auf wichtige, politische, wirtschaftliche oder kulturelle Tagesereignisse einstimmen, zentrale Themen und Begriffe der Agenda erläutern und auf geeignete Sendungen von ARD, ZDF, arte und 3sat hinweisen und damit auch zum Programmführer für Wissenssendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen werden. Für den aktuellen Bereich werden Eigenproduktionen nötig sein. Dabei kann auch die Form des Interviews gewählt werden, zumal dramaturgische Abwechslung innerhalb der Stundenuhr geboten ist. Die inhaltlichen Blöcke werden über den Tag rotieren, um den individuellen Nutzungsgewohnheiten und -möglichkeiten der beruflich gebundenen Hörerschaft entgegenzukommen. Die aktuellen Nachrichtensendungen sowie die Formatierung der Module setzen den Einsatz sachkundigen Personals voraus.

Nach der schon zitierten Studie liegen kulturelle und politische Features (neben Interviews) mit sechzig Prozent an zweiter Stelle des von den Nutzern gewünschten Inhaltsprofils. Die Zeit nach 20 Uhr kann und wird unter Zurückstellung des engen Nachrichtentaktes Raum für Features und Dokumentationen sowie für längere Gesprächsformen bieten. Bis auf ein (eingeschränktes) aktuelles Nachrichtenangebot wird die Nachtstrecke vornehmlich für Wiederholungen genutzt. Die Programmgestaltung des Wochenendes wird durch entsprechende längere Formen dominiert.

Im Bereich von Features und Dokumentationen kann Deutschlandradio auf einen Fundus eigener Beiträge und im Rahmen des Programmaustausches auch auf Sendungen der Landesrundfunkanstalten zurückgreifen. Gerade im Wissensbereich muss eine genaue Prüfung erfolgen, ob die in den Sendungen gemachten Aussagen noch dem aktuellen Kenntnisstand entsprechen. Dies kann die Nutzung dieses Repertoires einschränken und es setzt einen entsprechenden Personalaufwand für Auswahl, Bearbeitung und Kommentierung voraus.

DRadio Wissen bildet das lineare digitale Audio-Programmangebot. DRadio Wissen gelangt ausschließlich auf digitalem Weg zu den Hörerinnen und Hörern. Die Verbreitungswege werden der Satellit, das Kabel, die digitale Terrestrik und der über das Internet verbreitete Livestream sein. Neben der Rotation inhaltlich bestimmter Module lässt sich mit der gezielten und zeitunabhängigen Nutzung des Internets eine Verstärkung der Nachhaltigkeit erreichen. Das Internet soll eindeutig sendungsbezogen auch als Plattform für Interaktion und Partizipation genutzt werden. Dafür sollen neue Formate erprobt werden. So bieten sich chats mit Redakteuren und Experten aus den verschiedenen Wissensgebieten an. Mit seinem „Blogspiel mit Radioanschluss“ hat Deutschlandradio Kultur bereits wertvolle Erfahrungen mit interaktiven Programmformaten gesammelt.

4. Kooperationen und Crossmedialität

DRadio Wissen arbeitet crossmedial. Die Inhalte des linearen Programms werden als audio, zum Teil verschriftet im Internet angeboten. DRadio Wissen verweist mit Programmtips, Interviews mit Autoren und Redakteuren von ARD, ZDF, arte und 3sat im Rahmen seiner Themenmodule auf anspruchsvolle Fernsehsendungen. Es erweitert damit sein eigenes inhaltliches Angebot und gibt den Hörern Hinweise auf ergänzende und vertiefende Informationen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und unterstreicht damit dessen Rolle als Qualitätsproduzent.

Deutschlandradio arbeitet schon heute im Rahmen seines Informations- und Kulturauftrages mit einer Reihe von Stiftungen, Wissenschafts- und Bildungsinstitutionen zusammen, z. B. mit der Bundeszentrale für politische Bildung (Veranstaltungen zum Prager Frühling), mit dem Goethe-Institut, der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften (ZEIT-Forum der Wissenschaft) oder mit dem Deutschen Museumsbund (Regionalmuseen-Sendereihe über 1 ½ Jahre). Diese Kooperationen beziehen sich auf einzelne Sendungen, auf Reihen und öffentliche Veranstaltungen. DRadio Wissen wird diese Kooperationen ausbauen und kann unter Nutzung von Veranstaltungen dieser Institutionen neue auf dem Wissensmarkt vorhandene Informationen generieren und für sein Programm nutzen. Das Interesse dieser Institutionen an einer Zusammenarbeit mit dem Nationalen Hörfunk ist erkennbar groß. Bislang konnte nur ein überschaubares Angebot von Kooperationswünschen berücksichtigt werden. Bei DRadio Wissen ergeben sich für beide Seiten und zum Nutzen der Hörerzielgruppen neue erweiterte Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

Deutschlandradio arbeitet schon zurzeit intensiv mit Printmedien zusammen. Aufgrund der bisherigen Konzentration der Programme auf Information (Politik, Wirtschaft) und Kultur beschränkte sich die Zusammenarbeit weitgehend auf die Politik-Ressorts und das Feuilleton. Fachkundige Redakteure der Printmedien kommen im Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur zu Wort. Beiträge aus den Programmen des Nationalen Hörfunks werden in den Printmedien abgedruckt. DRadio Wissen bietet die Möglichkeit, diese Kooperation auf die Ressorts Natur und Technik, Wissenschaft, Wissens-Seiten und auf entsprechende Periodika auszudehnen. Dabei können die bereits jetzt genutzten Kooperationsmodelle auf die Themengebiete von DRadio Wissen übertragen werden.

5. Wettbewerbssituation

DRadio Wissen ist als sinnhafte Ergänzung der medialen Angebots-Palette projiziert. Neben den Periodika bieten eine Reihe von Zeitungen Wissenssupplements oder zu meist wöchentlich erscheinende Wissens-Seiten an. In

den meisten Fällen wird Wissen mit Forschung übersetzt. Auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk finden sich Sendungen und Rubriken mit Wissenscharakter. Hingegen existiert ein tägliches umfassendes Wissensangebot weder im Printbereich noch in den elektronischen Medien (Vollprogramm). DRadio Wissen tritt also zu keinem vergleichbaren Angebot in Konkurrenz und ist ein Unikat. Es kann durch Kooperationen dazu beitragen, die Themen der Wissensgesellschaft stärker in der Öffentlichkeit zu verankern und den Bildungsinstitutionen und ihren Nutzern ein kontinuierliches Angebot zur Orientierung und zur Wissenserweiterung zu bieten. Dies ist auch von hohem Nutzwert für Bildungsinstitutionen (Schulen, Volkshochschulen, Universitäten, Weiterbildungseinrichtungen). Deutschlandradio schafft public value und nimmt öffentlich-rechtliche Verantwortung wahr.

6. Finanzierung und Verbreitung

Das neue, digitale Programm soll im Kölner Funkhaus des Nationalen Hörfunks produziert und von dort aus gesendet werden. Die Entscheidung für den Standort Köln wurde deshalb getroffen, weil hier aufgrund der baulichen Gegebenheiten nur geringe Aufwendungen für die Schaffung von Büro- und Studioraum anfallen werden und weil hier die größten Synergiegewinne zu erzielen sind. In Köln sitzt die Zentrale Nachrichtenredaktion von Deutschlandradio. Auch der Web-Auftritt von Deutschlandradio wird in Köln produziert. Deutschlandradio Kultur, das Berliner Programm, wird wichtige Stoffelemente zuliefern.

Als finanzieller Rahmen wird für DRadio Wissen die Summe von rund 6 Mio. € p. a. kalkuliert. Als Starttermin ist der 1. Januar 2010 vorgesehen. Ab diesem Zeitpunkt werden die Kosten in voller Höhe anfallen. Das Programm soll über das bestehende DAB-Netz, über digitales Kabel und digitalen Satellit sowie als Internet-Livestream verbreitet werden.

Anlage

(zu § 11 d Abs. 5 Satz 4
des Rundfunkstaatsvertrages)

Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien

1. Anzeigenportale, Anzeigen oder Kleinanzeigen,
2. Branchenregister und -verzeichnisse,
3. Preisvergleichsportale sowie Berechnungsprogramme (z. B. Preisrechner, Versicherungsrechner),
4. Bewertungsportale für Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkte,

5. Partner-, Kontakt-, Stellen-, Tauschbörsen,
6. Ratgeberportale ohne Sendungsbezug,
7. Business-Networks,
8. Telekommunikationsdienstleistungen im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes,
9. Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches,
10. Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich,
11. Routenplaner,
12. Verlinkung ohne redaktionelle Prüfung; Verlinkungen sollen ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung eines Eigeninhalts (auch von Beteiligungsunternehmen) dienen und nicht unmittelbar zu Kaufaufforderungen führen,
13. Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen,
14. Spieleangebote ohne Sendungsbezug,
15. Fotodownload ohne Sendungsbezug,
16. Veranstaltungskalender (sendungsbezogene Hinweise auf Veranstaltungen sind zulässig),
17. Foren, Chats ohne Sendungsbezug und redaktionelle Begleitung; Foren, Chats unter Programm- oder Sendermarken sind zulässig. Foren und Chats dürfen nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.

Protokollerklärungen:

Protokollerklärung aller Länder zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Die Länder bekräftigen den Zweck dieses Staatsvertrages, den Auftrag für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu konkretisieren. Sie stellen fest, dass mit Ausnahme des Hörfunkprogramms „DRadioWissen“ des Deutschlandradios dieser Staatsvertrag keinerlei Beauftragungen enthält, die über den Bestand von Angeboten im Sinne der KEF-Systematik hinausgehen. Die Länder begrüßen die Klarstellungen von ARD, ZDF und der KEF, dass aus diesem Grunde auch über 2012 hinaus die Finanzierung der digitalen Zusatzangebote und der Telemedien aus dem Bestand erfolgen wird.

Hinsichtlich der dem Drei-Stufen-Test unterliegenden neuen oder veränderten Angebote erwarten die Länder von den zuständigen Rundfunkgremien eine umfassende und unabhängige Bewertung, die insbesondere eine kostenbewusste Würdigung etwaiger Auswirkungen auf die Höhe der Rundfunkgebühren einschließt.

Die Länder fordern die Rundfunkanstalten weiter auf, zukünftig durch Rationalisierungsmaßnahmen erreichbare Einsparungen verstärkt zugunsten der Gebührenzahler einzusetzen, um damit eine Stabilisierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkfinanzierung zu erreichen.

Protokollerklärung aller Länder zu § 6 des Rundfunkstaatsvertrages

Die Länder bekräftigen ihre Auffassung, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Bereich Film- und Fernsehproduktionen Unternehmen sowie Urheber und Leistungsschutzberechtigten ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte gewähren soll. Sie fordern die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf, dazu in ihren Selbstverpflichtungen nähere Aussagen zu treffen.

Protokollerklärung aller Länder zu § 11 c des Rundfunkstaatsvertrages

Die Länder sind sich einig, dass im Falle einer Fortentwicklung des terrestrischen digitalen Hörfunks die Programmmzahlbegrenzung gemäß § 11 c Abs. 2 dergestalt angepasst wird, dass allen in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten eine angemessene Entwicklungsmöglichkeit zusätzlich eingeräumt wird.

Begründung

zum Zwölften Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zwölfter Rundfunkänderungsstaatsvertrag)

A. Allgemeines

Die Regierungschefs der Länder haben am 18. Dezember 2008 den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag unterzeichnet.

Die Änderungen des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages betreffen den Rundfunkstaatsvertrag, den ARD-Staatsvertrag, den ZDF-Staatsvertrag, den Deutschlandradio-Staatsvertrag, den Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag und den Rundfunkgebührenstaatsvertrag.

Änderungen des Rundfunkstaatsvertrages in Artikel 1 bilden den Schwerpunkt der Regelungen des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages. Diese betreffen etwa die neu aufgenommenen Begriffsbestimmungen (§ 2 des Rundfunkstaatsvertrages, Artikel 1 Nr. 3 des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages) und die Ergänzungen zur Verbesserung des barrierefreien Angebots im Rundfunk (§ 3 des Rundfunkstaatsvertrages, Artikel 1 Nr. 4 des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages). Kernelement des Staatsvertrages ist die Konkretisierung des Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für seine Rundfunkprogramme und Telemedienangebote sowie die Verfahrensvorschriften für neue oder veränderte Telemedien (§§ 11 bis 11 f des Rundfunkstaatsvertrages, Artikel 1 Nr. 11 und 12 des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages). Einen weiteren wichtigen Teil bilden die Bestimmungen über kommerzielle Tätigkeiten, die Beteiligung an Unternehmen und die Kontrolle der Beteiligung an Unternehmen sowie der kommerziellen Tätigkeiten beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk (§§ 16 a bis e des Rundfunkstaatsvertrages, Artikel 1 Nr. 14 des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages). Im Hinblick auf die neu gefassten Begriffsbestimmungen wird im Rundfunkstaatsvertrag eine Bestimmung über die Zulassungsfreiheit ausschließlich im Internet verbreiteter Hörfunkangebote für den privaten Hörfunk aufgenommen (§ 20 b des Rundfunkstaatsvertrages, Artikel 1 Nr. 19 des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages).

Die Artikel 2 bis 4 betreffen Folgeänderungen aufgrund der neu gefassten Bestimmungen über den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Artikel 5 mit der Änderung des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages ergänzt die Bestimmungen über die Kontrolle der Betätigung der Anstalten im Rundfunkstaatsvertrag im Hinblick auf die Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten durch die unabhängige Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF).

Artikel 6 enthält redaktionelle Folgeänderungen im Rundfunkgebührenstaatsvertrag aufgrund der neuen Begriffsbestimmungen.

Mit Artikel 7 werden die notwendigen Übergangsbestimmungen sowie die Kündigung, das Inkrafttreten und die Neubekanntmachung geregelt.

Soweit die Konkretisierung der Beauftragung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit Rundfunk und Telemedien, die Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten und Beteiligungen sowie deren Kontrolle durch den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag vorgenommen werden, dient der Staatsvertrag zugleich der Umsetzung der von der Bundesrepublik Deutschland gegenüber der Europäischen Kommission gemachten Zusagen im Beihilfeverfahren E 3/2005 über die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. Auf der Grundlage dieser Zusagen hat die Europäische Kommission mit Schreiben vom 24. April 2007 das Verfahren eingestellt.

Die vorgenommenen neuen Begriffsbestimmungen bezüglich Rundfunk, Rundfunkprogramm und Sendung (§ 2 des Rundfunkstaatsvertrages, Artikel 1 Nr. 3 des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages) folgen bereits der noch im Übrigen umzusetzenden Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste).

Mit dem vorliegenden Regelungswerk wird der Ordnungsrahmen für das Medienrecht der Länder über die in dem EU-Beihilfungsverfahren gemachten Zusagen der Bundesrepublik Deutschland hinaus fortentwickelt. Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird ein stabiler Rechtsrahmen geschaffen, der dem geltenden und sich abzeichnenden künftigen Beihilferecht der EU im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks entspricht. Damit wird die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter gesichert. Die Regelungen für den privaten Rundfunk dienen dazu, die bereits im Zehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 19. Dezember 2007 für diesen Bereich getroffenen Regelungen zu ergänzen. Damit wird das duale Rundfunksystem gleichermaßen gestärkt. Vorliegend wird die Form eines Artikelstaatsvertrages gewählt. Artikel 7 Abs. 6 enthält die Ermächtigung für die Länder, den Wortlaut der geänderten Staatsverträge in der Fassung, die sich aus dem Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag ergibt, mit neuem Datum bekannt zu machen.

Die in den nachfolgenden Artikeln aufgeführten Staatsverträge behalten dabei jedoch ihre rechtliche Selbstständigkeit.

B. Zu den einzelnen Artikeln

I.

Begründung zu Artikel 1

Änderung des Rundfunkstaatsvertrages

A. Allgemeines

Die Modifikationen des Rundfunkstaatsvertrages betreffen im Wesentlichen die neuen Begriffsbestimmungen (§ 2), die Verbesserung des barrierefreien Angebots (§ 3 Abs. 2), die Präzisierung des Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für Rundfunkprogramme und Telemedien sowie das Verfahren für neue und veränderte Telemedienangebote (§§ 11 bis 11 f), die Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten (§ 16 a), die Vorgaben für die Beteiligung an Unternehmen (§ 16 b), die Kontrolle der Beteiligung an Unternehmen (§ 16 c), die Kontrolle der kommerziellen Tätigkeiten (§ 16 d) und die Zulassungsfreiheit von Hörfunkprogrammen, die ausschließlich im Internet verbreitet werden (§ 20 b). Schließlich sind noch eine Reihe von redaktionellen Folgeänderungen bezüglich Teleshoppingkanälen erforderlich, da diese Kanäle nach der Neufassung von § 2 Abs. 1 nicht mehr vom einfachgesetzlichen Rundfunkbegriff ausgenommen werden.

B. Zu den einzelnen Bestimmungen

Zu Nummer 1

Nummer 1 enthält die aufgrund der nachfolgenden Änderungen notwendig werdenden Anpassungen des Inhaltsverzeichnisses.

Zu Nummer 2

Der neu angefügte § 1 Abs. 3 bestimmt, dass die Bestimmungen des I. Abschnitts (Allgemeine Vorschriften) und des III. Abschnitts (Vorschriften für den privaten Rundfunk) des Staatsvertrags für Teleshoppingkanäle nur gelten, wenn dies ausdrücklich vorgesehen ist. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ und nicht mehr dem Begriff „Telemedien“ unterfällt. Aufgrund der Besonderheit von Teleshopping sollen nicht alle Bestimmungen für Rundfunk auf Teleshopping anzuwenden sein.

Zu Nummer 3

Der Rundfunkbegriff in § 2 Abs. 1 Satz 1 knüpfte bisher insbesondere an das Kriterium der „Darbietung“ an. Mit Blick auf die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste soll eine Begriffsbestimmung erfolgen, die den dort genannten Kriterien Rechnung trägt. Wie bisher handelt es sich um für die Allgemeinheit bestimmte Angebote, die unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen verbreitet werden. Zur Verdeutlichung neu im Rundfunkstaatsvertrag wiedergegeben ist die Klarstellung, dass Rundfunk ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst ist. Die Einfügung des Kriteriums „zum zeitgleichen Empfang“ grenzt Rundfunkangebote von Abrufangeboten ab. Unter „zeitgleichem Empfang“ ist auch eine Übertragung zu verstehen, die allein aus technischen Gründen kurzen zeitlichen Verzögerungen unterliegt. Die so konkretisierte Begriffsbestimmung umfasst unverändert die Veranstaltung von Angeboten für die Allgemeinheit und damit die bereits bisher herangezogenen Kriterien der Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft. Daher erfolgt in Absatz 3, ebenfalls abgestimmt auf die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste, eine Ausgrenzung von Sachverhalten ohne Rundfunkcharakter. Satz 2 vollzieht durch den Austausch des Wortes „Darbietungen“ durch das Wort „Angebote“ die Änderungen in Satz 1 nach. Satz 4, der bisher die Einordnung von Teleshoppingkanälen als Telemedien angeordnet hat, entfällt, da sich die Anwendbarkeit des Rundfunkstaatsvertrags auf Teleshoppingkanäle nunmehr aus § 1 Abs. 3 ergibt.

Absatz 2 Nr. 1 und 2 ergänzen die Begriffsbestimmungen um Definitionen der Begriffe „Rundfunkprogramm“ und „Sendung“. Nummer 1 und 2 übertragen Begriffsbestimmungen der Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste in nationales Recht.

Im Folgenden wird die Nummerierung angepasst.

In der neuen Nummer 10 wird ergänzt, dass nunmehr unter Teleshopping Sendungen in Form von Teleshoppingkanälen, -fenstern und -spots zu verstehen sind. Diese Klarstellung ist notwendig, damit alle Angebotsformen erfasst werden.

Mit den neuen Nummern 14 bis 17 werden die Begriffe „Information“, „Bildung“, „Kultur“ und „Unterhaltung“ definiert. Die genannten Inhalte sind nicht abschließend. Da grundsätzlich auch die in Nummer 14 bis 16 genannten Inhalte unterhaltend aufbereitet sein können, knüpft die Konkretisierung des Begriffs „Unterhaltung“ überwiegend an genretypische Darbietungsformen an.

Nummer 18 definiert „sendungsbezogene Telemedien“. Aus der Definition wird ersichtlich, dass das sendungsbezogene Telemedienangebot über die rein textliche Wiedergabe des Sendungsinhaltes hinausgehen darf.

Nummer 19 definiert „presseähnliche Angebote“. Sowohl die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als auch privatrechtliche Medienunternehmen sind journalistisch-redaktionell tätig. Das grenzt sie von Angeboten ab, die gemäß § 2 Abs. 3 Nr. 4 nicht als Rundfunk anzusehen sind.

Absatz 3 bewirkt einen Tatbestandsausschluss der dort genannten Angebote. Die Angebote können aber den Regelungen für Telemedien in den §§ 54 ff. unterfallen.

Nach Nummer 1 ist unterhalb von 500 potenziell möglichen Zugriffen keine rundfunkrechtliche Zulassung notwendig. Bei derartigen Angeboten kann nicht davon ausgegangen werden, dass das Angebot für die Allgemeinheit bestimmt ist. Die Bagatellgrenze weist die Angebote dem persönlichen Bereich zu. Die Verwendung des Wortes „jedenfalls“ kennzeichnet, dass hier eine absolute Untergrenze festgelegt wird. Oberhalb dieser obliegt es weiterhin der ZAK, gemäß § 20 Abs. 2, § 36 Abs. 2 Nr. 8 unter Berücksichtigung der Rundfunkdefinition in § 2 Abs. 1 eine Bewertung der Einordnung als Rundfunk vorzunehmen.

Nummer 2 regelt technische Übertragungsformen, die in ihrer Wirkung dem Angebot von Video-on-Demand gleichkommen. Darunter fallen sog. Push-Dienste mit Einzelbeiträgen für eine Nutzung zu dem vom Kunden gewünschten Zeitpunkt, deren technischer Übertragungszeitpunkt jedoch vom Diensteanbieter oder Netzbetreiber festgelegt wird.

Angebote nach den Nummern 3 und 4 scheiden aus der Einordnung als Rundfunk aus, weil ihnen generell Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft fehlen.

Nummer 5 erfasst Angebote, die nichtlinearen Angeboten aufgrund der Art der Rezeption vergleichbar sind.

Angebote nach Nummer 6 müssen erkennbar einem Unternehmen zuzuordnen sein und dürfen ausschließlich der Bewerbung eigener Produkte, Dienstleistungen oder Angebote dienen.

Zu Nummer 4

In § 3 Abs. 1 werden allgemeine Grundsätze zur Programmgestaltung aufgestellt. Dabei wird der Anwendungsbereich der allgemeinen Programmgrundsätze auf alle Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehprogramme) ausgeweitet. Die Grundsätze werden redaktionell neu gefasst, bleiben inhaltlich aber unverändert.

Nach dem neu angefügten Absatz 2 sollen alle Veranstalter von öffentlich-rechtlichen sowie bundesweit verbreiteten privaten Rundfunkprogrammen über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote vermehrt aufnehmen. Die genannten Veranstalter werden mit diesem Programmsatz zu einem verstärkten Engagement auf dem Gebiet barrierefreier Angebote verpflichtet. Mit Blick auf die Rundfunkfreiheit und die verfassungsrechtlich geschützte Programmautonomie ist von der Vorgabe bestimmter Quoten bewusst abgesehen worden. Die Länder sind sich allerdings einig, dass der Ausbau des Engagements auf dem Gebiet barrierefreier Angebote ein wichtiges Ziel zur Verwirklichung eines leistungsfähigen dualen Rundfunksystems bleibt. In diesem Programmsatz sehen die Länder den Grundstein für einen weiteren schrittweisen Ausbau barrierefreier Angebote.

Zu Nummer 5

Mit der Einfügung des Halbsatzes in § 6 Abs. 4 Satz 1 wird klargestellt, dass bei der Beteiligung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an der Filmförderung des Bundes und der Länder keine unmittelbare Gegenleistung an die Rundfunkanstalten gewährt werden muss.

Sinn und Zweck der Filmförderung ist es, dass Produktionsunternehmen gestärkt werden. Die Anstalten erhalten eine mittelbare Gegenleistung dadurch, dass sie bei der Erfüllung ihres Programmauftrages von kreativen und leistungsfähigen unabhängigen Produzenten profitieren.

Zu Nummer 6

Die in § 7 Abs. 5 und 6 jeweils ergänzten Sätze 3 erklären die Regelungen über Dauerwerbesendungen sowie Schleichwerbung und entsprechende Praktiken auf Teleshopping für anwendbar. Es erfolgt keine Änderung der materiellen Rechtslage. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Bestimmungen des I. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist.

Zu Nummer 7

Der neue § 8 Abs. 7 erklärt die Regelungen über Sponsoring auf Teleshopping für anwendbar. Es erfolgt keine Änderung der materiellen Rechtslage. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Bestimmungen des I. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist.

Zu Nummer 8

Der neue § 8 a Abs. 3 erklärt die Regelungen über Gewinnspiele auf Teleshoppingkanäle für anwendbar. Es erfolgt keine Änderung der materiellen Rechtslage. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Bestimmungen des I. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist.

Zu Nummer 9

Der neue § 9 Abs. 3 Satz 2 erweitert die Informationspflichten aufgrund europäischer Regelungen auf Teleshoppingkanäle. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Bestimmungen des I. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist.

Zu Nummer 10

Der neue § 9 b Abs. 3 Satz 2 erklärt die Regelungen zum Verbraucherschutz auf Teleshoppingkanäle für anwendbar. Es erfolgt keine Änderung der materiellen Rechtslage. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Bestimmungen des I. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist.

Zu Nummer 11

Der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird in § 11 in Verbindung mit den Regelungen der §§ 11 a bis f ausgehend von der ständigen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zur inhaltlichen Ausgestaltung des Begriffs des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten konkretisiert (zuletzt: Bundesverfassungsgericht, Urt. vom 11. September 2007 – 1 BvR 2270/05; 1 BvR 809/06; 1 BvR 830/06 – im Folgenden: BVerfG, Urt. vom 11. September 2007 – Seiten 44 ff.). Die staatsvertragliche Formulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunkauftrags erfolgt auf der Grundlage von Artikel 5 Abs. 1 Satz 1 des Grundgesetzes. Der dort verankerte Auftrag zur Gewährleistung der Rundfunkfreiheit zielt auf eine Ordnung, die sicherstellt, dass die Vielfalt der bestehenden Meinungen im Rundfunk in möglichster Breite und Vollständigkeit Ausdruck

findet (BVerfG, Urt. vom 11. September 2007, a. a. O.). Die Ausgestaltung dieser Ordnung ist Aufgabe des Gesetzgebers, der dabei einen weiten Gestaltungsspielraum, auch für Differenzierungen, insbesondere nach der Regelungsart und Regeldichte, vorfindet (BVerfG, Urt. vom 11. September 2007, a. a. O.).

Die in Artikel 5 Abs. 1 Satz 1 des Grundgesetzes geregelte Rundfunkfreiheit dient, wie alle Garantien des Artikels 5 Abs. 1 des Grundgesetzes, der Gewährleistung freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung. Die Meinungsbildung vollzieht sich in einem Kommunikationsprozess, in welchem dem Rundfunk die Aufgabe eines Mediums und Faktors der Meinungsbildung zukommt. Es obliegt ihm, in möglichster Breite und Vollständigkeit zu informieren. Die Rundfunkfreiheit ist daher eine der Freiheit der Meinungsbildung dienende Freiheit. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssen sicherstellen, dass ihr Angebotsprofil nicht allein die gegenständliche Breite aller Angebotssparten, sondern auch die gleichgewichtige Vielfalt der in der Gesellschaft anzutreffenden Meinungen gewährleistet.

Dem Rundfunk kommt unter den Medien wegen seiner Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft eine herausgehobene Bedeutung zu (BVerfG, Urt. vom 11. September 2007, S. 44 ff.). Seine Breitenwirkung zeigt sich in der Reichweite und der Möglichkeit der Beeinflussung großer Bevölkerungsteile. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass audiovisuelle Massenmedien bei den meisten Bürgern große Zeiteinheiten des Tagesablaufs bestimmen. Die Aktualität des Rundfunks folgt daraus, dass Inhalte schnell an die Rezipienten übertragen werden können. Die besondere Suggestivkraft des Mediums ergibt sich insbesondere aus der Möglichkeit, die Kommunikationsformen Text und Ton, sowie beim Fernsehen zusätzlich bewegte Bilder, miteinander zu kombinieren und der programmlichen Information dadurch insbesondere den Anschein hoher Authentizität zu verleihen (BVerfG, Urt. vom 11. September 2007, S. 46; BVerfGE 97, 228 [256]). Diese Wirkungsmöglichkeiten gewinnen zusätzliches Gewicht dadurch, dass die neuen Technologien eine Vergrößerung des Angebots und der Verbreitungsformen und -wege ermöglicht haben.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk unterliegt daher besonderen normativen Erwartungen an sein Programmangebot. § 11 als Grundnorm ist im Zusammenhang mit den Regelungen der §§ 11 a bis f zu sehen. Die §§ 11 a bis f regeln einschließlich verfahrensrechtlicher Fragen Umfang und Inhalte der Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Absatz 1 Satz 1 modifiziert die bisherige Regelung des § 11 Abs. 2 Satz 1 bis 3. Die Bezeichnung Rundfunkanstalten schließt die Körperschaft Deutschlandradio mit ein. Es wird nicht mehr auf „Angebote und Programme“, sondern ausschließlich auf den umfassenden Begriff „Angebote“ abgestellt, der Rundfunkprogramme und Telemedien umfasst. Unverändert bleibt der Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags, durch die Verbreitung der Angebote als „Medium und Faktor des Prozesses freier und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken“. Neu wird angefügt, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten „dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen“ haben. Diese Anforderungen ergeben sich aus dem Amsterdamer Protokoll über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union (Vertrag von Amsterdam, ABl. Nr. C 340 vom 10. November 1997). Das für die Funktionsweise einer Demokratie besonders wichtige Ziel der inhaltlichen Vielfalt, das sich z. B. in den in einer Gesellschaft verfügbaren Informationen, Erfahrungen, Werthaltungen und Verhaltensmustern abbildet, steht damit im Mittelpunkt der Norm.

Nach Absatz 1 Satz 2 haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in ihren Angeboten einen umfassenden und ausgewogenen Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. In Telemedien ist allerdings eine flächendeckende lokale Berichterstattung unzulässig (§ 11 d Abs. 5 Satz 3).

Absatz 1 Satz 3 regelt, dass durch die Umsetzung der Vorgaben des Absatzes 1 Satz 2 durch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die internationale Verständigung, die europäische Integration und der gesellschaftliche Zusammenhalt in Bund und Ländern gefördert werden soll. Damit wird zum Ausdruck gebracht, dass sich die Integrationsfunktion, die den Angeboten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten innewohnt, über die Bundesrepublik Deutschland hinaus erstrecken und europäische und internationale Belange erfassen soll. Denn die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft umfassen vor dem Hintergrund der Globalisierung in hohem Maß die Berücksichtigung europäischer und internationaler Themen.

Für die Auslegung der Regelung des Absatzes 1 Satz 4, wonach die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung dienen sollen, enthält § 2 Abs. 2 Nr. 14 bis 17 Begriffsbestimmungen, die die wesentlichen Fallgestaltungen der von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten abzudeckenden Angebotsbereiche Information, Bildung und Unterhaltung beinhalten.

Absatz 1 Satz 4 ist somit Ausdruck der Zielsetzung, die Vielfalt der bestehenden Meinungen im Rundfunk in möglichstster Breite und Vollständigkeit darzustellen.

Absatz 1 Satz 5 regelt, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten insbesondere Beiträge zur Kultur anzubieten haben. Inhalte des Begriffs der „Kultur“ gehen beispielhaft aus der neuen Begriffsbestimmung des § 2 Abs. 2 Nr. 16 hervor. Dieser Begriff umfasst sowohl anspruchsvolle als auch populäre sowie allgemeinbildende und Special-Interest-Themen. Die in Absatz 1 Satz 1 für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vorgegebene Erfüllung der kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft steht in engem Zusammenhang zu der in Absatz 1 Satz 5 enthaltenen Regelung. Die Erfüllung der kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft durch Rundfunkangebote ist Ausdruck der Verantwortung, die gerade den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für die Kultur zukommt (BVerfGE 73, 118 [158]; 90, 60; 92, 203 [238]; Urt. vom 11. September 2007, a. a. O.) und verpflichtet diese, sich der Wahrung der kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft aktiv anzunehmen.

Die Neuregelung präzisiert durch die Begriffsbestimmung der „Kultur“ in § 2 Abs. 2 Nr. 16 die bisherige Regelung des § 11 Abs. 2 Satz 4.

Gemäß Absatz 1 Satz 6 wird unterstrichen, dass auch Unterhaltung einem öffentlich-rechtlichen Anforderungsprofil entsprechen soll. Ziel der Regelung des Absatzes 1 Satz 6 ist eine qualitative Abgrenzung von Angeboten anderer Anbieter. Ein öffentlich-rechtliches Angebotsprofil ist etwa dadurch gekennzeichnet, dass insbesondere Trivialisierung und Boulevardisierung als programmliche Instrumente vermieden werden.

Wegen der herausragenden kommunikativen Bedeutung des Rundfunks kann die Erfüllung des Programmauftrags nur in dem Maß gelingen, wie die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit der Angebote berücksichtigen. Dies ist in Absatz 2 geregelt.

Zu Nummer 12

Mit Nummer 12 wird in den §§ 11 a bis f der allgemeine Auftrag für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland aus § 11 für die einzelnen Tätigkeitsbereiche weiter präzisiert.

Zu § 11 a

Gegenstand der Regelung des § 11 a sind Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Absatz 1 Satz 1 beinhaltet eine Definition des Begriffs des „Angebots“ als Oberbegriff für Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehprogramme) und Telemedien nach Maßgabe des Rundfunkstaatsvertrages und der jeweiligen landesrechtlichen Regelungen.

Soweit es um den Anwendungsbereich von Rundfunkprogrammen geht (Hörfunk- und Fernsehprogramme) folgt Absatz 1 Satz 1 der bisherigen Regelung des § 11 Abs. 1.

Die Bezugnahme auf landesrechtliche Regelungen in Absatz 1 Satz 1 steht im Einklang mit § 1 Abs. 2, der durch diesen Staatsvertrag nicht geändert wird. Hinsichtlich der Telemedien handelt es sich in Absatz 1 Satz 1 um eine Neuregelung. Die Notwendigkeit der Einbeziehung der Telemedien in den Angebotsbegriff des Rundfunkstaatsvertrages ergibt sich aus der Regelung des Aufgabenbereichs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bezogen auf die Telemedien in § 11 Abs. 1 Satz 1 in Verbindung mit § 11 d. Gemäß Satz 2 kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk programmbegleitend Druckwerke mit programmbezogenem Inhalt anbieten.

Absatz 2 regelt, dass inhaltsgleiche Angebote, die über unterschiedliche Übertragungswege zeitgleich verbreitet werden, als ein Angebot gelten. Dies hat Auswirkungen insbesondere auf die Regelungen der §§ 11 b und c. Diese Regelungen sehen Programmzahlbegrenzungen für Fernseh- und Hörfunkprogramme vor.

Zu § 11 b

Die Regelung konkretisiert den Auftrag der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und des ZDF zur Veranstaltung von Fernsehprogrammen, indem diese Fernsehprogramme namentlich aufgezählt werden. Die Anzahl der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme wird mit Inkrafttreten des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrags nicht erhöht.

Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten veranstalten gemäß Absatz 1 Nr. 1 gemeinsam das Vollprogramm „Erstes Deutsches Fernsehen (Das Erste)“. Einzelheiten zur Veranstaltung dieses Programms regelt der ARD-Staatsvertrag. Es handelt sich um ein Vollprogramm gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 1. Der Name des Programms „Das Erste“ wird von der ARD verwendet und vom Gesetzgeber zur Kenntlichmachung in Klammern hinzugefügt.

Vor Inkrafttreten dieses Staatsvertrages waren die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF gemäß § 19 Abs. 4 Satz 1, 2. Halbsatz „berechtigt, ausschließlich in digitaler Technik jeweils bis zu drei weitere Fernsehprogramme mit den Schwerpunkten Kultur, Bildung und Information zu veranstalten.“ Anstelle dieser Regelung wird nunmehr in Absatz 1 Nr. 2 für die ARD der Auftrag zur Veranstaltung der namentlich genannten Programme „EinsExtra“, „EinsPlus“ und „EinsFestival“ erteilt. Gleiches gilt für die Programme des ZDF nach Absatz 3 Nr. 2. Bei diesen Angeboten handelt es sich um Zusatzprogramme, die sich inhaltlich nach den dem Staatsvertrag als Anlage beigefügten Konzepten richten, soweit sie die linearen Programme beschreiben.

Zu den Zusatzprogrammen der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und des ZDF wurden von den Ländern Anhörungen durchgeführt, bei denen Vertreter des privaten Rundfunks sowie der Verbände von Zeitungs- und Zeitschriftenverlegern zu den vorgelegten Konzepten Stellung nahmen. Dabei wurden die Programmkonzepte umfassend erörtert. Diese Programmkonzepte stellen eine Fortschreibung und Konkretisierung der bisherigen Konzepte der Digitalkanäle dar und werden aus dem Bestand finanziert. Im Lichte der Stellungnahmen sind die Länder unter Abwägung der vorgebrachten Argumente zu der Auffassung gelangt, dass diese Programme den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entsprechen und daher beauftragt werden.

Die in Absatz 2 Nr. 1 genannten „Dritten Fernsehprogramme“ werden von einzelnen oder mehreren in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten nach Maßgabe von einzelnen Landesgesetzen oder Staatsverträgen veranstaltet. Die in Nummer 1 namentlich genannten Landesrundfunkanstalten veranstalten jeweils ein „Drittes Programm“ einschließlich regionaler Auseinandersetzungen. Nummer 2 erwähnt das vom Bayerischen Rundfunk neben dessen „Drittem Programm“ veranstaltete Fernsehprogramm „BR-alpha“ mit dem Schwerpunkt Bildung.

In Absatz 3 erfolgt die namentliche Beauftragung der Fernsehprogramme des ZDF. Das in Nummer 1 genannte Programm „Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)“ ist ein Vollprogramm gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 1 und wird detailliert geregelt durch den ZDF-Staatsvertrag.

Vor Inkrafttreten dieses Staatsvertrages war das ZDF und die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten gemäß § 19 Abs. 4 Satz 1, 2. Halbsatz „berechtigt, ausschließlich in digitaler Technik jeweils bis zu drei weitere Fernsehprogramme mit den Schwerpunkten Kultur, Bildung und Information zu veranstalten.“ Anstelle dieser Regelung wird nunmehr in Absatz 3 Nr. 2 für das ZDF der Auftrag zur Veranstaltung der namentlich genannten Programme „ZDFinfokanal“, „ZDFkulturkanal“ und „ZDF-Familienkanal“ erteilt. Dabei handelt es sich um Zusatzprogramme, die sich inhaltlich nach den dem Staatsvertrag als Anlage beigefügten Konzepten richten, soweit sie die linearen Programme beschreiben. Zur Begründung im Einzelnen wird auf die Ausführungen zu den Zusatzprogrammen der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten zu Absatz 1 Nr. 2 verwiesen.

Die in Absatz 4 namentlich genannten Fernsehprogramme wurden bisher ohne ausdrückliche Bezeichnung auf der Grundlage des § 19 Abs. 2 veranstaltet. Sie beruhen jeweils auf unterschiedlichen Rechtsgrundlagen, die durch den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag nicht berührt werden. Für das Fernsehprogramm „3sat“ wird die Beauftragung mit einem kulturellen Schwerpunkt beibehalten. Das als „arte – Der Europäische Kulturkanal“ bezeichnete Fernsehprogramm wird wie bisher auf der Grundlage des zwischenstaatlichen Vertrags vom 2. Oktober 1990 zwischen der Französischen Republik und den deutschen Ländern veranstaltet. Zu diesem Zweck beteiligen sich die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF an ARTE G.E.I.E. mit Sitz in Straßburg. Neben dem deutschen und französischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk können sich auch andere europäische öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter beteiligen. Die Programme „PHOENIX – Der Ereignis- und Dokumentationskanal“ und „KI.KA – Der Kinderkanal“ wurden bisher ohne Namensnennung gemäß § 19 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 lediglich erwähnt.

Mit der Regelung des Absatzes 5 wird klargestellt, dass eine analoge Verbreitung ursprünglich digital verbreiteter Programme unzulässig ist.

Der Auftrag für die in § 11 b genannten Programme umfasst auch die Verbreitung von Fernsehtext.

Zu § 11 c

§ 11 c beschreibt den Auftrag im Hörfunk, insbesondere welche Hörfunkprogramme die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das Deutschlandradio veranstalten.

Absatz 1 verweist im Satz 1 darauf, dass sich die rechtlichen Grundlagen für die Radioprogramme im jeweiligen Landesrecht finden. Die Hörfunkprogramme versorgen das jeweilige Sendegebiet. Der Sendeauftrag kann auch mehrere Länder umfassen, darf aber nicht auf eine bundesweite Versorgung ausgerichtet sein. Dies ist Aufgabe des Deutschlandradios mit seinen Programmen. Ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme sind nur nach Maßgabe eines nach § 11 f durchgeführten Verfahrens zulässig.

Absatz 2 hält an der mit dem Achten Rundfunkänderungsstaatsvertrag eingeführten zahlenmäßigen Begrenzung der Hörfunkprogramme fest. Gemäß Satz 1 sind die Programme in terrestrischer Verbreitung in analoger und digitaler Technik zum 1. April 2004 maßgebend. Diese Beschränkung bezieht sich aber weder auf einen Programmnamen noch auf die damalige Programmausrichtung. Unter Beachtung der folgenden Sätze ermöglicht Satz 2 den Austausch unter dem Vorbehalt, dass die Zahl sich dadurch nicht erhöht und keine Mehrkosten entstehen. Auch neue Kooperationen sind möglich. Satz 3 stellt klar, wie Programme behandelt werden, die mehrere Anstalten zusammen veranstalten. Satz 4 stellt klar, dass eine nur zeitlich begrenzte Einspeisung regionaler Inhalte nicht zur Behandlung als eigenständiges Programm führt. Gleiches gilt für die Übernahme gemeinsamer Nachtschienen. Eine zeitlich beschränkte Einspeisung liegt aber nicht mehr vor, wenn quantitativ wesentliche Programmteile zu den prägenden Sendezeiten voneinander abweichen. Satz 5 trägt der Tatsache Rechnung, dass ein Teil der terrestrisch verbreiteten Programme von Anfang an für die Verbreitung in digitaler Technik vorgesehen war. Angesichts des von den Ländern gesteckten Ziels der Digitalisierung der Übertragungswege sollen Programme, die ausschließlich digital gestartet wurden, nicht nachträglich als analoges Angebot verbreitet werden. Dies wäre nur gegen Verzicht auf ein bestehendes Analogprogramm möglich.

Absatz 3 beauftragt unmittelbar das Deutschlandradio mit der Veranstaltung von drei bundesweiten Hörfunkprogrammen. Neu ist dabei das Programm „DRadio Wissen“, das sich nach dem dem Staatsvertrag als Anlage beigefügten Konzept richtet, soweit das lineare Programm beschrieben wird. Zu dem Programm „DRadio Wissen“ wurde von den Ländern eine Anhörung durchgeführt, bei der Vertreter des privaten Rundfunks sowie der Verbände von Zeitungs- und Zeitschriftenverleger zu dem vorgelegten Konzept Stellung nahmen. Dabei wurde das Konzept umfassend erörtert. Im Lichte der Stellungnahmen sind die Länder unter Abwägung der vorgebrachten Argumente zu der Auffassung gelangt, dass dieses Programm den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht und daher beauftragt wird. Zu „Information“ und „Kultur“ kommt neu der Bereich „Bildung“ hinzu; diese Begriffe korrespondieren mit der Inhaltsausrichtung der beauftragten Programme. Die Norm entspricht einer inhaltsgleichen Bestimmung im Deutschlandradio-Staatsvertrag. Für das Programm ist der Rückgriff auf vorhandene Angebote und die Zusammenarbeit mit ARD-Hörfunksendern wesentlich. In Nummer 4 wird ferner dem Deutschlandradio die Möglichkeit eingeräumt, mit Inhalten aus den bestehenden Programmen für die Audionutzung im Internet weitere Programme neu zusammenzustellen, wenn das Verfahren nach Maßgabe des § 11 f durchgeführt wurde.

Absatz 4 sieht vor, dass eine Liste mit den aktuellen Namen der Hörfunkprogramme von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem Deutschlandradio regelmäßig veröffentlicht wird. Dies hat jeweils zum Jahresanfang zu geschehen und dient der Transparenz der Auftragserfüllung. Dokumentiert wird damit auch die Einhaltung der in Absatz 2 geregelten Höchstzahl der Programme.

Der Auftrag für die in § 11 c genannten Programme umfasst auch die Verbreitung von Radiotext.

Zu § 11 d

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten waren bisher ermächtigt, „programmbegleitend Telemedien mit programmbezogenem Inhalt“ anzubieten (§ 4 Abs. 3 Satz 1 des ARD-Staatsvertrages, § 4 Abs. 3 Satz 2 des ZDF-Staatsvertrages, § 4 Abs. 3 des Deutschlandradio-Staatsvertrages). Sie haben entsprechend ihrer verfassungsrechtlichen Entwicklungsgarantie von dieser Ermächtigung Gebrauch gemacht. In Folge einer stark gewachsenen Dichte von Haushalten, die technisch an das Internet angeschlossen sind und über das Internet verfügbare

Angebote nutzen, werden öffentlich-rechtliche Telemedien von den Nutzern zunehmend als eigenständiger Angebotssektor wahrgenommen. Öffentlich-rechtliche Telemedien haben im Zuge der technischen und inhaltlichen Entwicklung Marktrelevanz erlangt. Die bisherige Ermächtigung wird daher mit Inkrafttreten dieses Staatsvertrages durch § 11 d konkretisiert. Damit werden die vom Bundesverfassungsgericht entwickelten inhaltlichen Grundsätze des öffentlich-rechtlichen Rundfunkauftrags für die mit der neuen Technologie verbundenen Anforderungen fortgeschrieben. Die in der Vergangenheit lediglich innerhalb des dualen Rundfunksystems von öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstaltern notwendige Abgrenzung bedarf wegen der beschriebenen Entwicklung ebenfalls einer Aktualisierung. Nicht anders als bisher für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogramme gefordert, müssen sich auch die öffentlich-rechtlichen Telemedien auf der Grundlage ihres staatsvertraglichen Auftrags von kommerziellen Angeboten unterscheiden, die nicht nur von privaten Rundfunkveranstaltern, sondern auch einer Vielzahl weiterer Marktakteure über das Internet zur Verfügung gestellt werden.

Telemedien, die von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und Deutschlandradio angeboten werden, setzen gemäß Absatz 1 eine journalistisch-redaktionelle Veranlassung und journalistisch-redaktionelle Gestaltung des betreffenden Angebots voraus. Der Begriff „journalistisch-redaktionell“ verlangt eine planvolle Tätigkeit mit dem Ziel der Herstellung und zeitnahen Weitergabe eines Angebots, das den Anforderungen des § 11 als Beitrag zur Meinungsbildung genügt. Als journalistisch-redaktionelle Tätigkeitsschwerpunkte kommen insbesondere die recherchierende Sammlung, die auswählende und gewichtende Bewertung recherchierter Quellen sowie die systematisierende und strukturierende sprachliche oder sonstige Aufbereitung in Betracht. Eine Veranlassung ist z. B. dann gegeben, wenn der journalistisch-redaktionell bearbeitete Gegenstand öffentliche Relevanz aufweist. Journalistisch-redaktionelle Gestaltung ist gegeben, wenn das für das in Bearbeitung befindliche Angebot ausgewählte Material in eigenständiger Weise in Text, Bild oder Ton geformt wird. Somit sind zufällige Ansammlungen (unredigierte Chats, Messerergebnisse), nicht bearbeitete Wiedergaben (Web-Kamera, Foto-Galerie) oder nicht gewichtete Inhalte (aufgelistete Agenturmeldungen) Beispiele für Angebote, die das Merkmal journalistisch-redaktionell nicht erfüllen.

Absatz 2 strukturiert das Angebot öffentlich-rechtlicher Telemedien nach typisierbaren Angebotsformen, die sich in der Praxis der Rundfunkanstalten (aber auch anderer Anbieter) differenzieren lassen.

Die in Absatz 2 Nr. 1 erfassten Sendungen auf Abruf können bis zu sieben Tage nach deren Ausstrahlung angeboten werden. Das bedeutet konkret, dass beispielsweise eine Sendung, die am Tag 1 um 20.00 Uhr ausgestrahlt wurde, maximal bis zum Tag 7 um 19.59 Uhr im Angebot verfügbar gehalten werden kann. Für Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga und Sendungen auf Abruf von Großereignissen wird eine Begrenzung auf 24 Stunden vorgenommen, da in diesen Fällen bei zeitlich längerer Abrufmöglichkeit höhere Kosten für den Erwerb von zusätzlichen Rechten zu erwarten sind. Dies soll im Interesse der Rundfunkgebührenzahler vermieden werden.

Absatz 2 Nr. 2 betrifft sendungsbezogene Telemedien. Diese können ebenfalls bis zu sieben Tage nach Ausstrahlung der konkreten Sendung verfügbar gehalten werden. Bei der Gestaltung solcher Telemedien wird gefordert, dass die konkrete Sendung thematisch und inhaltlich vertieft und begleitet wird, was bei einem Rückgriff auf die für die Sendung genutzten Materialien und Quellen gewährleistet ist. Es wird klargestellt, dass solche sendungsbezogenen Telemedien keinen eigenständigen Charakter dergestalt aufweisen dürfen, dass damit ein neues oder verändertes Angebot nach § 11 f Abs. 3 geschaffen würde. Ferner sind auch sendungsbezogene Telemedien in Telemedienkonzepten entsprechend § 11 f Abs. 1 zu beschreiben. Die Vorschrift wird ergänzt durch Absatz 3 Satz 2, der verlangt,

dass bei sendungsbezogenen Telemedien der zeitliche und inhaltliche Bezug zu einer bestimmten Sendung im jeweiligen Telemedienangebot ausgewiesen werden muss. Damit soll erreicht werden, dass es möglich ist, den Sendungsbezug ohne Rechercheaufwand festzustellen. Absatz 2 Nr. 2 stellt außerdem klar, dass Vorankündigungen in Form von Telemedien vor Ausstrahlung der Sendung zulässig sind, ohne dass dafür eine zeitliche Frist gesetzt wird.

Absatz 2 Nr. 3 beauftragt die Rundfunkanstalten mit dem Angebot weiterer Telemedien, deren Bereitstellung auf der Grundlage eines Telemedienkonzepts erfolgt und bei neuen oder veränderten Angeboten die Durchführung eines Drei-Stufen-Tests erfordert. Insoweit wird auf § 11 f verwiesen. Absatz 2 Nr. 3 hebt hervor, dass in den Telemedienkonzepten angebotsabhängig eine Befristung für die Weildauer eines Angebots vorzunehmen ist. Weitere Anforderungen dazu stellt § 11 f auf. Bei nichtsendungsbezogenen Telemedien sind presseähnliche Angebote unzulässig. Mit dieser Vorschrift trägt der Gesetzgeber dem Umstand Rechnung, dass für die Nutzung im Internet gestaltete Angebote regelmäßig aus einer von den Nutzern erwarteten Kombination verschiedener Elemente bestehen, die Text, Ton und Bild verbinden. Vor diesem Hintergrund soll der Tendenz begegnet werden, dass von Rundfunkanstalten angebotene nichtsendungsbezogene Telemedien den inhaltlichen und gestalterischen Schwerpunkt in Texten setzen. Im Umkehrschluss kann ein solcher Schwerpunkt vermieden werden, wenn öffentlich-rechtliche nichtsendungsbezogene Telemedienangebote ihren Schwerpunkt in einer hörfunk- und/oder fernsehähnlichen Gestaltung haben. Dies bedeutet, dass nichtsendungsbezogene Telemedienangebote der Rundfunkanstalten Texte aufweisen dürfen, denn das Verfassen und Lesen von Texten ist eine Kulturtechnik. Texte werden beispielsweise bereits benötigt, um dem Nutzer überhaupt den zielgerichteten Zugriff auf ein Telemedium zu ermöglichen. Bei nichtsendungsbezogenen Telemedien ist beispielsweise auch zu erwarten, dass Texte erforderlich sind, um durch Ton und Bild dargestellte Gestaltungselemente für den Nutzer kognitiv erfassbar zu machen. Auch vor dem Hintergrund des inhaltlichen Anspruchs, den Absatz 3 über § 11 hinaus formuliert, ist es angemessen, dass nichtsendungsbezogene Telemedien eine dem jeweiligen Thema entsprechende Kombination von Text, Ton und Bild aufweisen.

Absatz 2 Nr. 4 umfasst den Auftrag zeitlich unbefristeter Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten nach Maßgabe der gemäß § 11 f zu erstellenden Telemedienkonzepte. Diese Regelung berücksichtigt die Tatsache, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten jeweils seit ihrer Gründung Archive mit Ton- und Bilddokumenten angelegt haben, deren Zurverfügungstellung in Form von Telemedien den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht. Inhaltlich sind diese Angebote auszurichten auf Zeit- und Kulturgeschichte. Unter Zeitgeschichte wird allgemein der geschichtliche Zeitraum, der der Gegenwart unmittelbar vorausgeht, verstanden (Brockhaus, Enzyklopädie, Bd. 30, 21. Auflage 2006). Gegenstand von Kulturgeschichte sind nach allgemeiner Ansicht die Entwicklungen und Wandlungen im Bereich des geistig-kulturellen Lebens sowie deren Erforschung und Darstellung. Betrachtet wird das Handeln von Personen, Gesellschaften und Staaten im Hinblick auf kulturelle Muster und Orientierungen sowie deren institutionelle Verfestigung. Kulturgeschichte in diesem Sinn hinterfragt die individuellen und gruppenspezifischen Erfahrungen und Wahrnehmungen, Symbole, Wertesysteme und Sinndeutungen (Brockhaus, Enzyklopädie, Bd. 16). Zusammenfassend formuliert betrachtet die Kulturgeschichte Ablauf und Wandlung des gesellschaftlichen, geistigen, künstlerischen und wissenschaftlichen Lebens (Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, Bd 5, 3. Auflage 1999) und ist damit Teil der Bildung. Telemedien der Rundfunkanstalten, die sich mit Inhalten dieses Charakters befassen, entsprechen der Beauftragung.

Die Regelung in Absatz 3 überträgt den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die besondere Verantwortung, den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft durch ein Telemedienangebot gerecht zu werden, das sich von kommerziellen Angeboten dadurch inhaltlich eindeutig abgrenzt, dass es

allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe bietet und die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten fördert. Neben Absatz 3 gilt für die Inhalte der Telemedienangebote insbesondere die Grundnorm des § 11. Im Zusammenhang mit der Umsetzung der Vorschrift des § 11 f ist davon auszugehen, dass insbesondere in Telemedienkonzepten dargelegt wird, wie die Rundfunkanstalten diese Aufgabe inhaltlich wahrnehmen werden. Mit der Beachtung dieser inhaltlichen Zielvorgabe entsprechen öffentlich-rechtliche Telemedien dem von den Rundfunkanstalten selbst formulierten Anspruch, der Gesellschaft als verlässlicher Führer durch das Internet („trusted guide“) dienen zu wollen.

Den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio wird gemäß Absatz 4 ermöglicht, ihre Angebote jeweils zusammenzufassen und zu diesem Zweck elektronische Portale und elektronische Programmführer zu nutzen. Dies dient im Interesse des Nutzers einem erleichterten Zugriff.

Absatz 5 sagt aus, welche Telemedienangebote unzulässig sind. Abrufangebote angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, sind unzulässig, weil die öffentlich-rechtlichen Angebote nicht in Konkurrenz treten sollen zu kommerziellen Video-on-Demand-Angeboten oder Videotheken. Außerdem soll vermieden werden, dass bei den Rundfunkanstalten hohe Rechtekosten für den Erwerb von Abrufrechten entstehen. Im Detail wird das öffentlich-rechtliche Telemedienangebot weiter begrenzt durch die dem Staatsvertrag als Anlage beigefügte sogenannte „Negativliste“, die insbesondere solche Angebote enthält, die für Erwerbszwecke kommerzieller Anbieter relevant sind.

Zu § 11 e

Absatz 1 Satz 1 verpflichtet die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und die Körperschaft „Deutschlandradio“ zum Erlass von Binnenrecht auch für das neue Verfahren. Die Satzungen und Richtlinien dienen der Konkretisierung des Auftrags und seiner Umsetzung. Insbesondere legen sie die Verfahrensschritte im Drei-Stufen-Test fest. Geregelt werden muss, wann ein Angebot als neu oder verändert eingestuft wird und so das Prüfverfahren auslöst. Festgelegt werden Erstellung, Inhalt und Detailgrad der Konzepte. Nach Satz 2 müssen die Satzungen und Richtlinien Regelungen zur Unabhängigkeit der Gremienentscheidungen enthalten. Dazu zählen Regeln zur Personal- und Sachausstattung, zur eigenständigen Sachermittlung und Gutachtensbeauftragung. Gemäß Satz 3 sind Satzungen und Richtlinien – das gilt auch für neu zu erlassende – von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio in den amtlichen Verkündungsblättern der Länder zu veröffentlichen, damit sie wirksam werden.

Absatz 2 verpflichtet die Rundfunkanstalten, die Einhaltung des jeweiligen Auftrags alle zwei Jahre zu dokumentieren, insbesondere der konkreten Zusagen aus den Satzungen und Richtlinien. Dieser Bericht beschreibt nicht nur allgemein die Zahl der Angebote und die inhaltlichen Schwerpunkte. Es finden sich Ausführungen zum besonderen öffentlich-rechtlichen Qualitätsanspruch an die Angebote und die konkreten Maßnahmen zu dessen Erfüllung.

Zu § 11 f

Der Gesetzgeber legt gemäß Artikel 5 des Grundgesetzes in abstrakter Weise den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fest. Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (Urteil vom 11. September 2007, 1 BvR 2270/05, 1 BvR 809/06 und 1 BvR 830/06, S. 54) dürfen die Vorgaben nicht so detailgenau sein, dass sie bereits im Voraus die Mittel bestimmen, die zur Finanzierung erforder-

derlich sind. Andererseits stellt die Generaldirektion Wettbewerb (Staatliche Beihilfe E 3/2005 Deutschland, Randnummer 230) fest, dass eine allgemeine Ermächtigung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zur Erbringung nur unscharf definierter neuer Mediendienste gegen Beihilferecht verstößt und andere Marktteilnehmer davon abhalten würde, ihrerseits neue Dienste zu entwickeln. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes ist Voraussetzung der Übereinstimmung mit europäischem Recht, dass ein klarer Beauftragungsakt an ein Unternehmen vorliegt, mit einer so konkret umrissenen Aufgabenstruktur, die eine genaue Berechnung der zu ersetzenden Nettokosten der Auftragserfüllung zulässt, wodurch Überkompensation und damit ungerechtfertigte Wettbewerbsverzerrungen ausgeschlossen werden. In Übereinstimmung mit beiden Vorgaben hat Deutschland gegenüber der Generaldirektion Wettbewerb zugesagt, ein Verfahren zur Konkretisierung des allgemeinen Telemedienauftrages einzuführen, das die Ausgestaltung des Gesetzesrahmens den pluralistisch besetzten Rundfunkgremien überlässt und die staatliche Beauftragung auf eine Prüfung der Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben beschränkt. Nach einem dreistufigen Test müssen die Begründungen zu den Vorhaben so konkret sein, dass die zuständige Rechtsaufsicht das Angebot beurteilen kann. Zur Konkretisierung dient im Wesentlichen ein von den Anstalten selbst vorzulegendes (Gesamt-)Konzept für neue Medien (a. a. O., Randnummer 369). § 11 f regelt die Inhaltsbeschreibung, die Berechenbarkeit, die Kriterien, wann ein Angebot als neu oder verändert gilt, die Prüfmaßstäbe, die Stellungnahmen Dritter und die Grundlagen des Verfahrens. Insbesondere trifft § 11 f Vorkehrungen zur Sicherung der Unabhängigkeit der Gremienentscheidung in sachlicher und verfahrenstechnischer Hinsicht.

Absatz 1 enthält Vorgaben für den verbindlichen Inhalt von Telemedienkonzepten, soweit sie Grundlage der Beauftragung sind. Der Umfang eines Telemedienkonzeptes kann variieren. Die genehmigten Konzepte sind Zulässigkeitsvoraussetzung für alle Telemedien, die nicht nach § 11 d Abs. 2 Satz 1 und 2 schon vom Gesetzgeber beauftragt sind. Soweit nach Nummer 2 ein Telemedienkonzept erforderlich ist, hat dies beschreibenden Charakter und bedarf keines Drei-Stufen-Tests. Die Konzepte müssen genauer als die gesetzliche Ermächtigung sein und können ein einziges oder eine Vielzahl von Angeboten umfassen. Aus dem Text muss sich ablesen lassen, wer angesprochen werden soll, was vorrangig angeboten wird und wie das Angebot sich ausrichtet, ob es sich zum Beispiel um informative, unterhaltende, bildende oder kulturelle Inhalte handelt. In jedem Falle muss die Obergrenze für die zeitliche Verfügbarkeit angegeben werden. Archivangebote, die für unbegrenzte Zeit zulässig sind, müssen als solche benannt werden.

Absatz 2 stellt fest, dass der in Absatz 1 näher zu beschreibende Inhalt eines Telemedienkonzeptes der KEF die Berechnung der anfallenden Nettokosten (Absatz 4 Satz 2 Nr. 3) ermöglichen muss. Die KEF muss in der Lage sein, aus der jeweiligen Beschreibung den zusätzlichen oder lediglich fortzuschreibenden Bedarf zu erkennen. Sowohl die Rundfunkanstalten als auch die KEF gehen davon aus, dass die in diesem Staatsvertrag unmittelbar oder durch einen erfolgreichen Drei-Stufen-Test beauftragten Telemedien dem Bestand zugerechnet werden und nicht als Projekte gebührensteigernd wirken. Für die Fernseh- und Hörfunkprogramme ergeben sich diese Kriterien schon aus dem Staatsvertrag, der Ausrichtung als Voll-, Zusatz- oder Spartenprogramm mit festgelegtem Konzept und letztlich der zeitlichen Beschränkung. Für Telemedien leistet erst ein hinreichend genaues Telemedienkonzept eine Prüfgrundlage.

Absatz 3 regelt die Voraussetzungen für die Aufnahme eines Prüfverfahrens. Die Kriterien sind von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio einheitlich in ihren Satzungen oder Richtlinien gemäß § 11 e festzulegen. Die Kriterien müssen eine klare Abgrenzung zwischen einem bestehenden und geänderten oder neuen Angebot ermöglichen. In jedem Fall wird ein Verfahren eingeleitet, wenn sich der Inhalt maßgeblich ändert oder bei gleichem Inhalt die Zielgruppenansprache wechselt. Das Nähere wird in Satzungen und Richtlinien der Rundfunkanstalten festgelegt.

Absatz 4 bestimmt die drei Verfahrensstufen, die ein neues oder verändertes Angebot durchlaufen muss, bevor es Bestandteil des Rundfunkauftrages wird. Steht fest, dass das geplante Angebot nicht von der allgemeinen Ermächtigung oder einem bestehenden Telemedienkonzept umfasst ist, legt der Intendant der Rundfunkanstalt dem zuständigen Gremium die hinreichend genaue Beschreibung (siehe oben, Absätze 1 und 2) und eine Begründung vor, warum damit der Auftrag aus § 11 erfüllt wird; bei ARD-Gemeinschaftsangeboten liegt diese Aufgabe bei der federführenden Anstalt.

Im Telemedienkonzept sind drei Bereiche auszuführen:

Erstens ist schriftlich darzulegen, in welcher Weise für die Demokratie, die Gesellschaft oder die Kultur ein Beitrag geleistet wird. Zweitens ist der Beitrag zum publizistischen Wettbewerb zu bestimmen. Drittens ist der finanzielle Aufwand für das Angebot festzustellen. Die Gremien tragen ganz wesentlich die Verantwortung für einen effektiven, auftragskonformen Mitteleinsatz. Die Beurteilung erfolgt nicht isoliert, sondern unter Einbeziehung vorhandener publizistischer Angebote, die sich an ein allgemeines Publikum richten und frei zugänglich sind. In diese Betrachtung fließen neben den Angeboten der privaten Konkurrenz auch bestehende Angebote der Rundfunkanstalten ein. Um eine genaue Prüfung zu ermöglichen, sind Beginn und Dauer des Angebotes anzugeben.

Absatz 5 sieht die Einbeziehung der Stellungnahmen Dritter und der Expertise von Sachverständigen vor. Der Rahmen für das Verfahren im zuständigen Gremium wird vorgegeben. Um den Rundfunk-, Fernseh- und Hörfunkräten eine objektive Prüfung zu ermöglichen, sollen Dritte die Möglichkeit zur Äußerung haben. Damit werden jedoch keine subjektiven Rechte Dritter begründet. Weil dies allein der Information der Gremienmitglieder dient, werden nur allgemeine Festlegungen zum Publikationsorgan und zur Mindestfrist einer Anhörung getroffen. Je nach Angebot kann das Gremium die Anhörungsfristen angemessen verlängern und weitere Informationen einholen. Die Kosten einer Gutachtertätigkeit sind von der betroffenen Rundfunkanstalt zu tragen. Die Norm sieht für die Marktanalyse und Bewertung der Marktauswirkungen eine obligatorische Befassung externer Gutachter vor. Auch die Beauftragung eines Instituts oder einer Institution statt einzelner Sachverständiger ist möglich. Es sind nicht nur die Vorhaben, sondern auch die Namen der befassten Gutachter zu veröffentlichen. Um möglichst unabhängig zu handeln und auch vertrauliche Daten nutzen zu können, erhält der Gutachter mit der Beauftragung das Recht, auch solche Dritte zu befragen, die sich nicht auf die Veröffentlichung hin gemeldet haben. Der Gutachter tritt mit diesen unmittelbar in Kontakt, kann sich aber auch mit dem Gremium abstimmen.

Absatz 6 enthält Vorgaben für die gremieninterne Willensbildung, den Umfang der Begründungs- und Veröffentlichungspflichten. Da es sich um eine grundlegende Entscheidung handelt, genügt nicht die einfache Mehrheit der anwesenden Gremienmitglieder. Die doppelte Sicherung – Mehrheit von zwei Dritteln der Anwesenden und Mehrheit der gesetzlichen Mitglieder – vermeidet Zufallsergebnisse, schafft eine breite Legitimationsbasis und trägt den Besonderheiten der Gremienpräsenz Rechnung. Der Rechtfertigung nach außen, gegenüber dem Gebührenzahler und dem Wettbewerber, dient auch die Begründungspflicht, die sich auf die relevanten geprüften Punkte bezieht: Die Auftragskonformität und die Berücksichtigung der Einwendungen und Gutachten. Die Begründung muss einen Abwägungsprozess erkennen lassen und darstellen, wie sich die Stellungnahmen und neuen Erkenntnisse auf das ursprünglich geplante Vorhaben auswirkten. Im Sinne eines durchgehend transparenten Verfahrens ist dieses Ergebnis ebenfalls zu veröffentlichen. Um umfassende Stellungnahmen mit den notwendigen wirtschaftlichen Details nicht von vornherein auszuschließen, sind dabei die Geschäftsgeheimnisse sowohl Dritter als auch der Rundfunkanstalten zu wahren, die dem Gutachter oder den Gremienmitgliedern im Laufe des Verfahrens bekannt geworden sind. Die Satzungen und Richtlinien nach § 11 e sehen entsprechende Regelungen vor.

Absatz 7 gibt der Rechtsaufsichtsbehörde ein umfassendes Auskunftsrecht gegenüber der Rundfunkanstalt und bestimmt Umfang und Ort der Veröffentlichung geprüfter Telemedienkonzepte. Zuständig ist die Rechtsaufsicht, die auch sonst die Rechtmäßigkeit des Handelns der Rundfunkanstalt prüft. Die Behörde prüft die Einhaltung der Verfahrensschritte und der gesetzlichen Vorgaben. Kommt sie zu dem Ergebnis, dass das Verfahren ordnungsgemäß durchgeführt ist und das neue Angebot dem gesetzlichen Auftrag entspricht, ist das Telemedienkonzept gemäß Absatz 1 im jeweiligen amtlichen Verkündungsblatt zu veröffentlichen; die Begründung der Gremienentscheidung, die Stellungnahmen oder ein Gutachten sind nicht Bestandteil der Veröffentlichung. Mit der Veröffentlichung kann das Angebot verbreitet werden.

Zu Nummer 13

Mit Nummer 13 wird § 14 in Absatz 2 und 4 ergänzt.

Die in Absatz 2 neu angefügte Nummer 5 betrifft die Anlage, Verzinsung und zweckbestimmte Verwendung von Überschüssen, die entstehen können, wenn die Rundfunkanstalten Gebührenmittel erhalten, die ihren für den Auftrag vorgesehenen Finanzbedarf übersteigen. Dies ist insbesondere am Anfang der Gebührenperiode der Fall, weil dann Überschüsse entstehen, die in den Jahren bis zum Ende der Gebührenperiode zur Deckung des Finanzbedarfs benötigt werden. Grund hierfür ist, dass die Bedarfsermittlung der KEF auf einen Vier-Jahres-Zeitraum angelegt ist. Solche Mittel sind von den Rundfunkanstalten verzinslich anzulegen und zweckgebunden zu verwenden. Dies hat die KEF bei ihrer Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs zugrunde zu legen. Zu beachten ist ebenfalls § 1 Abs. 4 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages, der vorsieht, dass die Gesamtaufwendungen übersteigende Beträge verzinslich anzulegen und zwingend bei einer Überschreitung von 10 vom Hundert als Rücklage einzustellen sind.

Der neu eingefügte Absatz 4 sieht vor, dass die KEF von den Rechnungshöfen über das Ergebnis ihrer Prüfung bei den Rundfunkanstalten unterrichtet wird. Damit soll die KEF die Möglichkeit erhalten, Prüfungserkenntnisse der Rechnungshöfe bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben zu nutzen. Diese Verpflichtung bezieht sich nicht nur auf die Prüfungen der Rundfunkanstalten selbst, sondern auch auf deren Beteiligungsunternehmen. Für die Prüfungen bei kommerziell tätigen Beteiligungsunternehmen sieht § 16 d Abs. 2 Satz 2 eine gesonderte Unterrichtungspflicht der KEF bezüglich der wesentlichen Ergebnisse vor.

Zu Nummer 14

Mit Nummer 14 werden im II. Abschnitt für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk Vorschriften im Hinblick auf die Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten, die Vorgaben für Beteiligungen an Unternehmen, die Kontrolle der Beteiligung an Unternehmen, die Kontrolle der kommerziellen Tätigkeit sowie eine Bestimmung über den Ausschluss der Haftung für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen eingefügt. Diese Bestimmungen gelten unmittelbar für alle in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio. Sie gehen anderen landesrechtlichen Bestimmungen vor (lex posterior).

Zu § 16 a

§ 16 a enthält nunmehr die grundlegenden Bestimmungen für kommerzielle Tätigkeiten der Rundfunkanstalten. Diese Tätigkeiten treten neben die durch diesen Staatsvertrag, die weiteren rundfunkrechtlichen Staatsverträge der Länder bzw. die landesgesetzlich vorgenommenen Beauftragungen für Rundfunk und Telemedien. Bei dieser Bestimmung handelt es sich um spezifische Vorgaben für kom-

merzielle Tätigkeiten. Die allgemeinen Voraussetzungen für die Beteiligung an Unternehmen sind in § 16 b enthalten.

Absatz 1 Satz 1 enthält die Ermächtigung, kommerzielle Tätigkeiten auszuüben. Dabei handelt es sich nicht um eine Beauftragung im engeren Sinn, wie sie für den Bereich des Rundfunks und der Telemedien durch die §§ 11 a bis d bzw. durch die sonstigen rundfunkrechtlichen Staatsverträge und die landesrechtlichen Bestimmungen vorgenommen wird. Vielmehr handelt es sich um eine gesetzliche Erlaubnis, sämtliche Tätigkeiten wie ein privates Unternehmen auszuüben. Dies stellt Satz 2 1. Halbsatz klar, indem er bestimmt, dass kommerzielle Tätigkeiten solche Betätigungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind, bei denen Leistungen auch für Dritte im Wettbewerb angeboten werden. Der 2. Halbsatz enthält dann eine beispielhafte Aufzählung der kommerziellen Tätigkeiten. Hierbei handelt es sich insbesondere um Werbung und Sponsoring, Verwertungsaktivitäten, Merchandising, Produktion für Dritte und die Vermietung von Senderstandorten an Dritte. Satz 3 enthält die Vorgabe, dass diese Tätigkeiten nur unter Marktbedingungen erbracht werden dürfen. Dies schließt insbesondere aus, dass hierfür Mittel eingesetzt werden, die für die Erfüllung des Auftrags bestimmt sind (Verbot der Quersubventionierung). Dies bedeutet jedoch auch, dass den kommerziell tätigen Beteiligungsunternehmen der Rundfunkanstalten sämtliche Einnahmequellen zur Refinanzierung dieser Leistungen offen stehen (etwa Werbung oder Finanzierung über Entgelte). Damit wird zugleich den Vorgaben der EU-Kommission entsprochen, dass Rundfunkgebührenmittel nicht für kommerzielle Tätigkeiten verwandt werden dürfen. Satz 4 fordert, dass diese kommerziellen Tätigkeiten durch rechtlich selbstständige Tochtergesellschaften zu erbringen sind. Sie müssen damit organisationsrechtlich ausgelagert werden. Damit soll erreicht werden, dass eine klare Trennung des kommerziellen Bereichs vom Bereich des öffentlichen Auftrags erfolgt. Satz 5 gewährt den Rundfunkanstalten die Möglichkeit, selbst kommerziell tätig zu werden, sofern es sich bei diesen Tätigkeiten um eine Betätigung mit geringer Marktrelevanz handelt. In diesem Ausnahmefall kann diese Tätigkeit auch durch die Rundfunkanstalt selbst erbracht werden. Voraussetzung ist dann jedoch, dass die Bereiche des öffentlichen Auftrags von den kommerziellen Bereichen in der Buchführung getrennt werden. Bei solchen Tätigkeiten mit geringerer Marktrelevanz handelt es sich nur um geringfügige Tätigkeiten und Einnahmen, wie z. B. die entgeltliche Überlassung von Mikrofonen bei der Übertragung von Ereignissen an private Veranstalter. Um sicherzustellen, dass bei der organisationsrechtlichen Trennung der kommerziellen Tätigkeiten von den Tätigkeiten im Rahmen des Auftrags keine Rundfunkgebührenmittel fließen, stellt Satz 6 klar, dass sich die Rundfunkanstalten auch im Verhältnis zu ihren kommerziell tätigen Tochterunternehmen marktkonform zu verhalten haben. Marktkonformität bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sie auch gegenüber ihren Tochtergesellschaften solche Bedingungen vorzusehen haben, die am Markt gelten (arms length principle). Dies bedeutet, dass Leistungen gegenüber der Tochter zu Marktpreisen zur Verfügung zu stellen sind und Entgelte an die Tochterunternehmen für Leistungen zu Marktpreisen zu zahlen sind. In Verbindung mit der Vorgabe, dass sich die Tochtergesellschaft selbst am Markt marktkonform verhalten muss, wird sichergestellt, dass eine Wettbewerbsverzerrung durch diese kommerzielle Tätigkeit ausgeschlossen ist.

Absatz 2 enthält die näheren Vorgaben für die Aufnahme kommerzieller Tätigkeiten. Nach Satz 1 bedarf die Aufnahme kommerzieller Tätigkeiten durch Tochtergesellschaften grundsätzlich der vorherigen Zustimmung durch das zuständige Aufsichtsgremium der Rundfunkanstalt. Erforderlich hierfür ist eine Beschreibung der kommerziellen Tätigkeit, die über die Tochtergesellschaft ausgeübt werden soll. Allein die Beschreibung des Gesellschaftszwecks ist nicht ausreichend. Dieser wird in den jeweiligen Satzungen oder Gesellschaftsverträgen von Unternehmen in der Regel weit festgelegt, um möglichen zukünftigen Tätigkeiten keine gesellschaftsrechtlichen Grenzen zu setzen. Vielmehr muss der mit der Gesellschaft verfolgte aktuelle Zweck und deren Betätigungsfeld umschrieben werden.

Nicht erforderlich ist hingegen die vorherige Genehmigung der jeweiligen einzelnen Tätigkeit (etwa eines bestimmten Vertragschlusses etc.). Satz 2 enthält die näheren Einzelheiten, die den Gremien zur Prüfung vorgelegt werden müssen. Nach Nummer 1 ist zunächst die Tätigkeit nach Art und Umfang zu beschreiben. Dies muss präziser sein als der Gesellschaftszweck in den gesellschaftsrechtlichen Verträgen. Gleichzeitig ist darzulegen, wie sichergestellt werden soll, dass durch diese kommerziell tätige Tochtergesellschaft die Marktbedingungen eingehalten werden, d. h. Marktkonformität gewahrt ist. Dieser Nachweis wird in der Regel dadurch geführt werden müssen, dass ein Fremdvergleich mit den Betätigungen vergleichbarer Unternehmen in diesem Marktsegment erfolgt. Die Angaben müssen hinreichend konkret sein, damit sich das Aufsichtsgremium einen objektiven Überblick darüber verschaffen kann, dass die Vorgaben des Absatzes 1 eingehalten werden. Dazu ist nach Nummer 2 insbesondere der Vergleich mit den Angeboten in diesem Marktsegment tätiger privater Konkurrenten notwendig. Nummer 3 betrifft den Sonderfall, dass durch die Tochtergesellschaft zugleich Aufgaben innerhalb des öffentlich-rechtlichen Auftrags wahrgenommen werden. Ist dies der Fall, so ist zur Sicherstellung des Verbots der Quersubventionierung mit Rundfunkgebühren nach Absatz 1 Satz 3 bei dem Tochterunternehmen eine getrennte Buchführung vorzusehen. Die entsprechenden Vorgaben und Maßnahmen zur Sicherstellung der getrennten Buchführung sind darzulegen. Sofern in der Tochtergesellschaft keine Tätigkeiten innerhalb des öffentlich-rechtlichen Auftrags erbracht werden, entfällt die Vorgabe der Nummer 3. Nach Nummer 4 ist ferner darzulegen, wie eine effiziente Kontrolle sowohl durch die Aufsichtsgremien der Gesellschaft selbst als auch durch die Rundfunkanstalt als Mutterunternehmen mit ihren Gremien erreicht werden soll.

Zu § 16 b

§ 16 b enthält die Voraussetzungen, unter denen sich die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio an Unternehmen beteiligen können. Er ist damit Voraussetzung, dass Beteiligungen von Rundfunkanstalten eingegangen oder Tochtergesellschaften gegründet werden können. Daneben treten die besonderen Vorgaben des § 16 a, wenn von diesen Tochtergesellschaften kommerzielle Tätigkeiten ausgeübt werden sollen. Diese Bestimmungen überlagern damit die sonstigen für diese Rundfunkanstalten geltenden staatsvertraglichen oder einzelgesetzlichen Bestimmungen.

Absatz 1 regelt die Beteiligung an Unternehmen, die einen gewerblichen oder sonstigen wirtschaftlichen Zweck zum Gegenstand haben. Nach Satz 1 dürfen sich die Rundfunkanstalten nur beteiligen, wenn dies im sachlichen Zusammenhang mit ihren gesetzlichen Aufgaben steht (Nummer 1), das Unternehmen die Rechtsform einer juristischen Person besitzt (Nummer 2) und die Satzung des Unternehmens einen Aufsichtsrat oder ein entsprechendes Organ vorsieht (Nummer 3). Eine Ausnahme von Satz 1 sieht Satz 2 nur für den Fall vor, dass eine Beteiligung vorübergehend eingegangen wird, die unmittelbaren Programmwzwecken dient (etwa der Erstellung einer bestimmten einzelnen Produktion). Soweit eine Rundfunkanstalt Strukturen außerhalb ihrer öffentlich-rechtlichen Organisation bildet, soll damit eine hinreichende Transparenz und Lenkbarkeit durch die Rundfunkanstalt als Beteiligter sichergestellt werden.

Nach Absatz 2 Satz 1 und 2 haben sich die Rundfunkanstalten bei einer Beteiligung durch geeignete Regelungen den nötigen Einfluss auf die Geschäftsleitung des Unternehmens, namentlich eine angemessene Vertretung im Aufsichtsgremium zu sichern (Satz 1) und eine Prüfung der Betätigung der Anstalt bei dem Unternehmen unter Beachtung kaufmännischer Grundsätze durch einen Wirtschaftsprüfer auszubedingen (Satz 2).

Absatz 3 stellt klar, dass die Absätze 1 und 2 mit den Voraussetzungen für die Beteiligung an Unternehmen auch dann gelten, wenn das entsprechende Unterneh-

men durch die Rundfunkanstalt selbst erst gegründet wird und es sich hierbei um eine hundertprozentige Tochtergesellschaft handelt. In einem solchen Fall liegt eine Beteiligung im engeren Sinne nach den Absätzen 1 und 2 mangels anderer Beteiligter nicht vor.

Absatz 4 betrifft die Sonderfälle, dass Beteiligungen an gemeinnützigen Rundfunkunternehmen und Pensionskassen eingegangen werden. Diese weisen zum Teil spezifische Rechtsformen auf, deren Subsumtion unter den Unternehmensbegriff der Absätze 1 und 2 zweifelhaft sein kann. So werden etwa Pensionskassen zum Teil in der Rechtsform eines Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit geführt.

Zu § 16 c

Mit den §§ 16 c und d werden Vorschriften neu eingefügt, die die Kontrolle über die Anstalten auf den Bereich der Tochtergesellschaften und Beteiligungsunternehmen erstreckt. Besondere Bestimmungen über die Kontrolle der kommerziellen Tätigkeiten enthält dabei § 16 d. Die materiellen Vorgaben hierzu sind in den §§ 16 a und b enthalten.

Absatz 1 Satz 1 stellt zunächst klar, dass in den Rundfunkanstalten als Muttergesellschaften ein effektives Controlling über die Beteiligungen nach § 16 b einzurichten ist. Die Verwaltung der Rundfunkanstalt selbst muss über sämtliche Informationen verfügen, die eine Beurteilung der Tätigkeit des Beteiligungsunternehmens zulässt. Dies dient mittelbar auch dazu, bei den Rundfunkanstalten die Kontrolle durch die Gremien auch auf die Beteiligungsunternehmen zu erstrecken. Deshalb sieht Satz 2 vor, dass der Intendant das jeweilige Aufsichtsgremium der Rundfunkanstalt regelmäßig über die wesentlichen Vorgänge in den Beteiligungsunternehmen unterrichtet. Dies gilt insbesondere über deren aktuelle finanzielle Entwicklung. Die finanzielle Entwicklung kann insbesondere Auswirkungen darauf haben, ob und in welchem Umfang Gewinne durch das Beteiligungsunternehmen erwirtschaftet und damit die Rundfunkgebühr entlastet werden kann. Im umgekehrten Fall kann eine Entwicklung bei den Beteiligungsunternehmen dazu führen, dass Mittel der Rundfunkanstalten selbst aufgewandt werden. Sofern es sich hierbei um kommerzielle Tätigkeiten handelt, die in die Tochtergesellschaft ausgelagert wurden, ist § 16 e zu beachten, der eine generelle Haftungsübernahme durch die Rundfunkanstalt selbst untersagt. Außerdem ist zu beachten, dass bei kommerziellen Tätigkeiten eine Quersubventionierung durch die Rundfunkanstalt nicht zulässig ist (§ 16 a Abs.1).

Während Absatz 1 Satz 1 die aktuelle Unterrichtung des Aufsichtsgremiums durch den Intendanten betrifft, sieht Absatz 2 einen jährlichen turnusmäßigen Beteiligungsbericht durch den Intendanten vor (Satz 1). Dieser hat nach Satz 2 zunächst eine Übersicht über sämtliche unmittelbaren und mittelbaren Beteiligungen der Rundfunkanstalt zu geben und diese nach ihrer wirtschaftlichen Bedeutung zu bewerten (Nummer 1). Da kommerzielle Tätigkeiten besonderen Bestimmungen unterliegen, sind sie gemäß Nummer 2 in dem Bericht gesondert darzustellen. In dieser Darstellung ist auch der Nachweis zu führen, dass die besonderen Voraussetzungen und Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten (§ 16 a) eingehalten werden. Nach Nummer 3 soll der Bericht ebenfalls eine Zusammenfassung darüber enthalten, welches Ergebnis das Controlling nach Absatz 1 Satz 1 durch die Verwaltung der Rundfunkanstalt in Bezug auf die jeweilige Beteiligung ergeben hat. Das Aufsichtsgremium der Rundfunkanstalt ist ferner über solche Vorgänge gesondert zu informieren, denen eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Beteiligung zukommt. Dies gilt nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht, sondern insbesondere auch im Hinblick auf die Geschäftspolitik und Ausrichtung des Beteiligungsunternehmens. Um neben der internen Kontrolle durch die Gremien in der Rundfunkanstalt eine externe Kontrolle zu ermöglichen, sieht Satz 3 vor, dass der Bericht den jeweils zuständigen Rechnungshöfen und der aufsichtsführenden Landesregierung zu übermitteln ist.

Absatz 3 enthält nunmehr das Prüfungsrecht der Rechnungshöfe bezüglich der Wirtschaftsführung bestimmter Beteiligungsunternehmen der Rundfunkanstalten. Dies gilt nach Satz 1 für solche Beteiligungsunternehmen, an denen die Rundfunkanstalten mit anderen öffentlich-rechtlichen juristischen Personen mit Mehrheit beteiligt sind und der Gesellschaftsvertrag oder die Satzung dieses Prüfungsrecht vorsieht. Damit kommt es nicht auf die Beteiligung der einzelnen Rundfunkanstalt an, sondern auf die Beteiligung der öffentlichen Hand insgesamt. Die Rundfunkanstalten sind verpflichtet, für die Aufnahme der erforderlichen Regelungen in den Gesellschaftsvertrag oder in die Satzung des Unternehmens zu sorgen. Es kann sich auch aus anderen Rechtsbestimmungen für die übrigen Beteiligten aus dem öffentlichen Bereich ergeben, dass diese nach diesen Bestimmungen zur Zustimmung für eine entsprechende Klausel in den Gesellschaftsvertrag oder in die Satzung des Unternehmens verpflichtet sind.

Absatz 4 regelt den Fall, dass mehrere Rechnungshöfe für die Prüfung der Rundfunkanstalt zuständig sind, was insbesondere bei Mehrländeranstalten möglich ist. In diesem Fall können die zuständigen Rechnungshöfe die Prüfung auf einen Rechnungshof aus ihrem Kreis übertragen.

Zu § 16 d

§ 16 d enthält besondere Bestimmungen über die Kontrolle der kommerziellen Tätigkeiten. Diese sind gemäß § 16 a Abs. 1 Satz 3 durch rechtlich selbstständige Tochtergesellschaften zu erbringen und können nur bei geringer Marktrelevanz durch die Rundfunkanstalten selbst erbracht werden, soweit eine getrennte Buchführung gewährleistet ist.

Gemäß Absatz 1 Satz 1 unterliegen kommerzielle Tätigkeiten solcher Gesellschaften der besonderen Kontrolle, bei denen die Rundfunkanstalten mit Mehrheit beteiligt sind. Dort sind sie zunächst gemäß § 16 c Abs. 3 Satz 2 verpflichtet, ein entsprechendes Prüfungsrecht der Rechnungshöfe in den Gesellschaftsvertrag oder die Satzung des Unternehmens aufzunehmen. Besteht ein solches Prüfungsrecht der zuständigen Rechnungshöfe, so sieht Satz 1 vor, dass der gemäß § 319 Abs. 1 Satz 1 des Handelsgesetzbuches jährlich zu bestellende Abschlussprüfer für das kommerziell tätige Unternehmen nur im Einvernehmen mit den zuständigen Rechnungshöfen bestellt werden kann. Damit soll gewährleistet werden, dass die Abschlussprüfung auch diejenigen Fragestellungen erfasst, die sich aufgrund der Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten gemäß § 16 a für die Rundfunkanstalt und deren Beteiligungsunternehmen ergeben. Satz 2 verpflichtet deshalb die Rundfunkanstalten dafür zu sorgen, dass der Abschlussprüfer bei den kommerziell tätigen Beteiligungsunternehmen in seine Prüfung die von den jeweils zuständigen Rechnungshöfen festgelegten Fragestellungen mit aufnimmt. Er sieht ferner vor, dass das Ergebnis der Abschlussprüfung neben dem Abschlussbericht den zuständigen Rechnungshöfen mitzuteilen ist. Satz 3 stellt in diesem Zusammenhang klar, dass die von den zuständigen Rechnungshöfen festgelegten Fragestellungen insbesondere den Nachweis der Einhaltung der staatsvertraglichen Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten in § 16 a umfassen. Satz 4 verpflichtet die Rundfunkanstalten spiegelbildlich zur Verankerung des Prüfungsrechts der Rechnungshöfe für Beteiligungen insgesamt in § 16 c Abs. 3 dafür Sorge zu tragen, dass die entsprechenden Regelungen für die Bestellung des Abschlussprüfers in den Gesellschaftsvertrag oder die Satzung des Beteiligungsunternehmens aufzunehmen sind. Die nach diesem Verfahren ausgewählten Wirtschaftsprüfer testieren den Jahresabschluss der Beteiligungsunternehmen nach den jeweiligen handelsrechtlichen Vorschriften und berichten den zuständigen Rechnungshöfen hierüber und über die von diesen festgelegten besonderen Fragestellungen zu kommerziellen Tätigkeiten (Satz 5). Gemäß Satz 6 teilen sie das Ergebnis und den Abschlussbericht den zuständigen Rechnungshöfen mit. Damit wird sichergestellt, dass die Prüfung kommerzieller Tätigkeiten durch die Rechnungshöfe auf der Grundlage der vor Ort erfolgenden Prüfungen der Wirtschaftsprüfer vorge-

nommen werden kann. Satz 7 stellt klar, dass die Rechnungshöfe zur Auswertung der ihnen überlassenen Ergebnisse und Erkenntnisse befugt sind und selbst Prüfungsmaßnahmen aufgrund des ihnen unmittelbar zustehenden Prüfungsrechtes bei den Beteiligungsunternehmen ergreifen können. Dies gilt sowohl für generelle Prüfmaßnahmen als auch für Prüfmaßnahmen im Einzelfall. Satz 8 sieht vor, dass bei festgestellten Verstößen gegen die Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten die Rechtsaufsicht zu informieren ist. Damit soll sichergestellt werden, dass die Rechtsaufsicht über die Verstöße informiert wird und, sofern eine Abhilfe durch den Intendanten der Rundfunkanstalt über seine Beteiligung bzw. über die Gremien der Rundfunkanstalten nicht erfolgt, entsprechend handeln kann. Satz 9 stellt klar, dass die durch die Prüfung der zusätzlichen Fragestellungen im Hinblick auf die Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten entstehenden Kosten von den Beteiligungsunternehmen selbst zu tragen sind.

Absatz 2 betrifft das Gesamtergebnis der Prüfungen der Rechnungshöfe zu kommerziellen Tätigkeiten. Gemäß Satz 1 ist dieses Ergebnis vollständig dem jeweiligen Intendanten der beteiligten Rundfunkanstalt und den dortigen Aufsichtsgremien zu übermitteln. Diese müssen über das Ergebnis vollständig informiert sein, um über ihre Controlling-Instrumente korrigierend eingreifen zu können. Bezüglich der Gremien greifen hier die jeweiligen Informationspflichten des Intendanten entweder aktuell oder im Rahmen des jährlichen Berichts (§ 16 c Abs. 1 und 2). Während der Intendant und die Aufsichtsgremien der beteiligten Rundfunkanstalt umfassend informiert werden müssen, ist den Landesregierungen und den Landtagen der die Rundfunkanstalten tragenden Länder und der KEF lediglich das wesentliche Ergebnis der Prüfung zu übermitteln (Satz 2). Dies erscheint ausreichend um zu gewährleisten, dass von dieser Seite überprüft wird, ob bei möglichen Verstößen die Rundfunkanstalt durch den Intendanten oder die Gremien Maßnahmen zur Beseitigung ergriffen hat. Ferner ist damit auch die KEF in der Lage, mögliche Auswirkungen auf den Finanzbedarf der Rundfunkanstalten zu beurteilen. Bei der Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse ist nach Satz 3 darauf zu achten, dass durch die Weitergabe die Wettbewerbsfähigkeit des Beteiligungsunternehmens nicht beeinträchtigt wird, insbesondere Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse gewahrt werden. Dies ist deshalb erforderlich, da mit der Weiterleitung des wesentlichen Ergebnisses ein größerer Kreis Informationen über die wirtschaftliche Betätigung des betreffenden Unternehmens erhält.

Zu § 16 e

§ 16 e untersagt den Rundfunkanstalten die Übernahme einer Haftung für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen. Damit soll eine Wettbewerbsverzerrung verhindert werden. Da die Rundfunkanstalten selbst nicht insolvenzfähig sind, würde die Übernahme einer Haftung den kommerziell tätigen Beteiligungsunternehmen einen Wettbewerbsvorteil dahin gehend verschaffen, dass sie an dieser Bonität der Mutterunternehmen teilhaben. Dies würde es ihnen wiederum ermöglichen, zu günstigeren Bedingungen als andere Unternehmen Kredite aufzunehmen. Damit läge ein Verstoß gegen § 16 a Abs. 1 Satz 4 vor, der fordert, dass sich die Rundfunkanstalten auch gegenüber ihren Beteiligungsunternehmen mit kommerziellen Tätigkeiten marktkonform, d. h. wie jedes andere wirtschaftlich tätige Unternehmen auch, verhalten müssen. Mit dem Ausschluss der Haftung für kommerziell tätige Beteiligungsunternehmen ist zugleich das Vorliegen eines Beihilfetatbestandes nach dem EU-Beihilferecht ausgeschlossen. Das Verbot gilt nicht nur für eine ausdrückliche vertragliche Haftungsübernahme, sondern für sämtliche Gestaltungen, die zu einer gesetzlichen Haftung der Rundfunkanstalten für das Beteiligungsunternehmen führen. Dies gilt insbesondere für den Abschluss von Ergebnisabführungsverträgen oder sonstigen eine Haftung auslösenden Unternehmensverträgen.

Zu Nummer 15

Hierbei handelt es sich um eine redaktionelle Folgeänderung.

Zu Nummer 16

§ 19 wird gestrichen, da die Bestimmungen nunmehr in den §§ 11 a bis d aufgegangen sind.

Zu Nummer 17

§ 19 in seiner Neufassung ist Ausdruck der verfassungsrechtlich geschützten Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Er konkretisiert die bisherige Bestimmung in § 19 a Abs. 1 Satz 1, indem klargestellt wird, dass bei der Wahl geeigneter Übertragungswege für die Verbreitung der vom Auftrag umfassten Angebote der Rundfunkanstalten insbesondere die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit zu beachten sind.

Zu Nummer 18

Die mit § 19 a neu eingefügte Regelung gewährt den Aufsichtsgremien die Möglichkeit, auf Verlangen die Veröffentlichung von Beanstandungen im Programm der Rundfunkanstalten erwirken zu können. Dies soll zu einer Stärkung der Position der Gremien beitragen.

Zu Nummer 19

Gemäß dem neu eingefügten § 20 b unterliegen die Veranstalter von Hörfunkprogrammen im Internet einer abgestuften Regulierung. Sie bedürfen keiner förmlichen Zulassung (Satz 1), sondern haben die Aufnahme ihres Angebots lediglich der zuständigen Landesmedienanstalt anzuzeigen (Satz 2). Über den Verweis in Satz 3 auf die Bestimmung des § 20 a unterliegen die Veranstalter von Internet-Hörfunkprogrammen den dort genannten persönlichen Zulassungsvoraussetzungen. Durch die Anzeigepflicht wird der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt ermöglicht, Maßnahmen – etwa im Falle eines Verstoßes gegen § 20 a – gegen den jeweiligen Veranstalter einzuleiten.

Zu Nummer 20

Die Ergänzung in § 36 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 bezweckt, dass die ZAK auch für die Anzeige der Veranstaltung von Hörfunk im Internet nach § 20 b Satz 2 zuständig ist. Gemäß dieser Bestimmung ist die ZAK bereits für die Zulassung, die Rücknahme oder den Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter von Rundfunk zuständig. Nachdem § 20 b für Hörfunk im Internet keine Zulassung, sondern nur eine Anzeige erfordert, scheint es wegen der bundesweiten Verbreitung angemessen, auch für diesen Bereich die ZAK als zuständige zentrale Kommission vorzusehen.

Zu Nummer 21

Der neu eingefügte § 39 Satz 2 erklärt die Regelungen über Zulassung, Erteilung einer Zulassung für Veranstalter von bundesweit verbreitetem Rundfunk, die Grundsätze des Zulassungsverfahrens sowie der Organisation der Medienaufsicht für auf Teleshoppingkanäle anwendbar.

Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Be-

stimmungen des III. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist. Es wird die Anwendbarkeit der rundfunkrechtlichen Zulassungsregelungen geregelt. Diese gelten mit Ausnahme der Regelungen, die sich auf medienkonzentrationsrechtliche Prüfungen beziehen (§ 21 Abs. 2, §§ 22 und 23).

Zu Nummer 22

Der neu angefügte § 45 Abs. 4 erklärt die Regelungen über die Dauer von Werbung für Teleshoppingkanäle anwendbar. Es erfolgt keine Änderung der materiellen Rechtslage. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Bestimmungen des III. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist.

Zu Nummer 23

Der neu eingefügte § 47 Abs. 4 erklärt die Regelungen zum Datenschutz für Teleshoppingkanäle anwendbar. Es erfolgt keine Änderung der materiellen Rechtslage. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt, nach § 1 Abs. 3 die Bestimmungen des III. Abschnitts aber nur gelten, wenn dies ausdrücklich bestimmt ist.

Zu Nummer 24

Mit Nummer 24 werden die Ordnungswidrigkeitentatbestände ergänzt.

Mit dem neu eingefügten Absatz 1 Nr. 13 wird die Nichtanzeige von ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogrammen als Ordnungswidrigkeitentatbestand normiert.

Bei den Änderungen in Satz 2 Nr. 8 und 11 handelt es sich um redaktionelle Änderungen. Die Tatbestände der Ordnungswidrigkeiten werden den Formulierungen der entsprechenden Normen in § 52 a Abs. 3 Satz 1 und 2 sowie § 52 d Satz 1 und 3 angepasst.

Zu Nummer 25

Die Änderungen des § 51 a dienen dazu, dass die Landesmedienanstalten im Zuweisungsverfahren neben den Anforderungen dieses Staatsvertrages zur Sicherung der Meinungsvielfalt auch den Anforderungen zur Sicherung von Angebotsvielfalt genügen müssen.

Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshoppingkanäle nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ und damit dem rundfunkrechtlichen Zulassungs- und Zuweisungsverfahren unterfällt. Teleshoppingkanäle sind auch bei der Vergabe von drahtlosen Übertragungskapazitäten zu berücksichtigen.

Zu Nummer 26

Mit der Änderung in § 51 b Abs. 3 Satz 2 soll die Zulässigkeit von landesrechtlichen Regelungen zur analogen Kanalbelegung für Rundfunk um die Angebotsvielfalt ergänzt werden. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ und damit dem rundfunkrechtlichen Zulassungs- und Zuweisungsverfahren unterfällt. Teleshoppingkanäle sind z. B. auch bei der analogen Kanalbelegung zu berücksichtigen.

Zu Nummer 27

Die Änderungen in § 52 b sollen dazu führen, dass auch Teleshoppingkanäle bei der Plattformbelegung zu berücksichtigen sind. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ und damit dem rundfunkrechtlichen Zulassungs- und Zuweisungsverfahren unterfällt. Zur Sicherung der Angebotsvielfalt wird dem Plattformanbieter bei der Belegung nach § 52 b Abs. 1 Satz Nr. 2 und Abs. 3 Nr. 2 auch die Berücksichtigung von Teleshoppingkanälen als Kriterium vorgegeben.

Zu Nummer 28

Mit der Änderung in § 52 c Abs. 1 Satz 2 wird klargestellt, dass Anbieter nicht nur aus Gründen der Meinungsvielfalt, sondern auch aus Gründen der Angebotsvielfalt technisch an der Verbreitung ihrer Angebote nicht gehindert werden dürfen. Es erfolgt keine Änderung der materiellen Rechtslage. Die Regelung ist notwendig, da aufgrund der Neudefinition in § 2 Abs. 1 Teleshopping nunmehr dem Begriff „Rundfunk“ unterfällt.

Zu Nummer 29

Hierbei handelt es sich um eine redaktionelle Folgeänderung. Die Geltung der entsprechenden Bestimmungen für Teleshoppingkanäle ist bei den jeweiligen Bestimmungen ausdrücklich vermerkt.

Zu Nummer 30

Bei der Änderung der Kündigungsbestimmung in § 62 Abs. 2 Satz 2 handelt es sich um eine redaktionelle Änderung. Der Verweis auf den bisherigen § 19 wird durch die Verweisung auf die §§ 11 a bis d und die dortigen Beauftragungen für die Rundfunkanstalten ersetzt.

II.

Begründung zu Artikel 2

Änderung des ARD-Staatsvertrages

A. Allgemeines

Die Änderungen des ARD-Staatsvertrages sind im Wesentlichen redaktioneller Natur. Sie tragen dem Umstand Rechnung, dass die Länder – gegründet auf den mit der Europäischen Kommission geschlossenen Beihilfekompromiss vom 24. April 2007 (E 3/2005) – den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in den §§ 11 a bis 11 f des Rundfunkstaatsvertrages konkretisiert und für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und die Körperschaft Deutschlandradio im Einzelnen spezifiziert haben. Die im ARD-Staatsvertrag bezüglich des Fernsehvollprogramms „Das Erste“ getroffenen organisationsrechtlichen Regelungen (Programmdirektor, Programmbeirat) bleiben unberührt.

B. Zu den einzelnen Bestimmungen

Zu Nummer 1

Die Regelung dient dazu, das Inhaltsverzeichnis den in den §§ 1 und 4 vorgenommenen Änderungen anzupassen.

Zu Nummer 2

Der neu eingefügte Absatz 1 des § 1 stellt klar, dass sich der Auftrag der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten gleichermaßen auf die in § 11 a näher bezeichneten Angebote, nämlich Fernsehprogramme (§ 11 b), Hörfunkprogramme (§ 11 c) und Telemedien (§ 11 d) erstreckt wie auch auf das nach diesem Staatsvertrag gemeinsam veranstaltete Fernsehvollprogramm „Das Erste“.

Die in § 1 Abs. 2 und 3 (neu) getroffenen Regelungen entsprechen inhaltlich der Regelung des bisherigen § 1.

Zu Nummer 3

Die Streichung des § 4 zielt nicht auf eine Änderung materiellen Rechts, sondern ist im Wesentlichen redaktioneller Natur.

Die Befugnis, Fernsehtext zu veranstalten, ist integraler Bestandteil des in § 11 b normierten Auftrags.

Die bisher in § 4 Abs. 2 normierte Ermächtigung, gemeinsam programmbegleitend Druckwerke mit programmbezogenem Inhalt anzubieten, wird nunmehr in § 11 a Abs. 1 Satz 2 des Rundfunkstaatsvertrages für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk insgesamt einheitlich geregelt.

Entsprechendes gilt für die bisher in § 4 Abs. 3 verankerte Ermächtigung zum Angebot von Telemedien; hierzu findet sich für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nunmehr eine abschließende Regelung in § 11 d des Rundfunkstaatsvertrages.

III.

Begründung zu Artikel 3

Änderung des ZDF-Staatsvertrages

A. Allgemeines

Ebenso wie beim ARD-Staatsvertrag sind auch die Änderungen des ZDF-Staatsvertrages vornehmlich redaktioneller Natur.

B. Zu den einzelnen Bestimmungen

Zu Nummer 1

Nummer 1 enthält die aufgrund der Streichung des § 4 notwendig werdende Anpassung des Inhaltsverzeichnisses.

Zu Nummer 2

Der neu eingefügte § 2 Abs. 1 dient der Synchronisierung der Regelungen des ZDF-Staatsvertrages und der auftragsbezogenen Regelungen des Rundfunkstaatsvertrages. Mit Absatz 1 wird klargestellt, dass das ZDF beauftragt ist, sowohl das Fernsehvollprogramm „Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)“, wie auch die in § 11 b Abs. 3 und Abs. 4 des Rundfunkstaatsvertrages genannten Programme zu verbreiten.

Zu Nummer 3

Die Streichung des bisherigen § 4 ist redaktioneller Natur. Sie deckt sich inhaltlich mit der entsprechenden Änderung des ARD-Staatsvertrages. Auf die Begründung zu Artikel 2 Nr. 3 kann insoweit verwiesen werden.

IV.

Begründung zu Artikel 4

Änderung des Deutschlandradio-Staatsvertrages

A. Allgemeines

Ebenso wie beim ARD- und ZDF-Staatsvertrag sind auch die Änderungen des Deutschlandradio-Staatsvertrages vornehmlich redaktioneller Natur.

B. Zu den einzelnen Bestimmungen

Zu Nummer 1

Mit § 2 Abs. 1 wird der Auftrag des Deutschlandradios neu gefasst. War die Körperschaft nach Absatz 1 bisher verpflichtet, zwei Hörfunkprogramme zu veranstalten, die ihre Schwerpunkte in den Bereichen Information und Kultur haben, so erfährt diese Auftragsbestimmung mit der Neufassung des § 2 Abs. 1 in zweifacher Hinsicht eine Erweiterung: Neben den schon bisher veranstalteten Hörfunkprogrammen „Deutschlandfunk“ und „Deutschlandradio Kultur“ wird die Körperschaft nunmehr beauftragt, darüber hinaus ein in digitaler Technik verbreitetes Programm „DRadio Wissen“, insbesondere unter Rückgriff auf die Möglichkeiten nach § 5 Abs. 2 zu verbreiten. Absatz 1 Nr. 3 hebt insoweit besonders hervor, dass die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten hierzu mit dem Deutschlandradio kooperieren.

Absatz 1 Nr. 4 sieht des Weiteren vor, dass das Deutschlandradio nach Maßgabe eines nach § 11 f durchzuführenden Verfahrens ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme mit Inhalten der vorgenannten Programme veranstaltet.

Zu Nummer 2

Die Streichung des § 4 Abs. 2 und 3 ist redaktioneller Natur: Die Ermächtigung, programmbegleitend Druckwerke anzubieten, ist nunmehr in § 11 a Abs. 1 Satz 2, die Ermächtigung zur Verbreitung von Telemedien in § 11 d des Rundfunkstaatsvertrags näher ausgeformt.

V.

Begründung zu Artikel 5

Änderung des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages

A. Allgemeines

Artikel 5 betrifft die Änderung des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages. Mit den Änderungen werden die im Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag erforderlichen Anpassungen zur Umsetzung der Zusagen der deutschen Behörden im Beihilfeverfahren der Europäischen Kommission zur deutschen Rundfunkfinanzie-

rung vorgenommen (Entscheidung der Europäischen Kommission vom 24. April 2007 im Beihilfeverfahren E 3/2005).

B. Zu den einzelnen Bestimmungen

Zu Nummer 1

Mit Nummer 1 wird in § 1 Abs. 1 klargestellt, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten lediglich ihren Finanzbedarf zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags der KEF melden. Dies dient der Umsetzung der Zusicherung Deutschlands, wonach allein die Kosten des öffentlich-rechtlichen Auftrags unter Ausschluss der bei kommerziellen Tätigkeiten entstehenden Kosten angesetzt werden. Außerdem wird ein neuer Absatz 4 angefügt, der die von Deutschland im Beihilfeverfahren vorgeschlagene Regelung enthält, wonach, sofern die jährlichen Gesamterträge der Anstalten die Gesamtaufwendungen für die Auftragserfüllung um mehr als 10 % der Rundfunkgebühren überschreiten, diese Beträge als Rücklage anzulegen und zu verzinsen sind. In jedem Fall, also auch unterhalb der 10%-Grenze, sind laufende Überschüsse verzinslich anzulegen. Damit soll die systembedingte Unterdeckung für den angemeldeten Bedarf für den weiteren Verlauf der Gebührenperiode abgedeckt werden.

Zu Nummer 2

Mit diesen Änderungen werden die in § 3 geregelten Aufgaben und Befugnisse der KEF entsprechend der deutschen Zusagen im Beihilfeverfahren ergänzt. Satz 1 des neuen Absatzes 2 setzt die Zusicherung Deutschlands um, nach der bei der Prüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs alle Einnahmen der Rundfunkanstalten berücksichtigt werden. Satz 2 enthält die staatsvertragliche Absicherung, dass die Gesamterträge der Rundfunkanstalten aus den festzusetzenden Gebühren die Nettokosten nicht übersteigen, die unter Anrechnung der anderen direkten und indirekten Einnahmen aus dem öffentlich-rechtlichen Auftrag erwachsen. Satz 3 stellt klar, dass die von der KEF zum Ende einer Gebührenperiode festgestellten Überschüsse von dem von der KEF für die folgende Gebührenperiode festgestellten Finanzbedarf der Anstalten vollständig in Abzug gebracht werden. Dadurch wird sichergestellt, dass eventuelle aufgrund der jeweiligen Jahresabschlüsse festgestellte Überschüsse bedarfsmindernd berücksichtigt werden. Gleichzeitig werden nach Satz 4 Defizitübertragungen von der KEF nicht akzeptiert.

Der neue Absatz 3 übernimmt mit identischem Wortlaut die Regelungen der bisherigen Sätze 3, 4 und 5 des Absatzes 1. In Satz 1 des neuen Absatzes 3 wird zusätzlich explizit klargestellt, dass die KEF im Rahmen der Prüfung, ob der Finanzbedarf im Einklang mit den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit steht, auch auf einen angemessenen Rückfluss der Investitionen bei den Beteiligungen der Rundfunkanstalten achtet. Dieser Gesichtspunkt war bisher schon Bestandteil der Wirtschaftlichkeitsprüfung durch die KEF. Ebenfalls Teil dieser Prüfung soll zukünftig sein, inwieweit die Rundfunkanstalten zunächst nicht verwendete Mittel im Sinne des neuen Absatzes 4 für im Voraus festgelegte Zwecke verwendet haben.

Der neue Absatz 5 schreibt staatsvertraglich die Praxis der KEF fest, wonach die Überprüfung grundsätzlich auf der Basis von Ist-Zahlen und nicht auf der Grundlage von Planzahlen oder bloßen Schätzwerten erfolgt. Liegen Ist-Zahlen noch nicht vor und muss die KEF daher auf Planzahlen oder Schätzwerte zurückgreifen, sind diese nachträglich mit den Ist-Zahlen abzugleichen. Damit soll einer möglichen Überkompensation vorgebeugt werden. Der neue Absatz 5 trägt ebenfalls der Entscheidung der Europäischen Kommission im Verfahren E 3/2005 Rechnung und fordert, dass bei der Ermittlung des Finanzbedarfs durch die KEF stets die Ist-Zahlen zugrunde zu legen und Schätzwerte nachträglich abzugleichen sind.

Bei den im Übrigen vorgenommenen Änderungen handelt es sich um redaktionelle Folgeänderungen aufgrund der Neufassung der Absätze 2, 3 und 5.

Zu Nummer 3

Bei den Änderungen in § 5 a handelt es sich um redaktionelle Folgeänderungen.

VI.

Begründung zu Artikel 6

Änderung des Rundfunkgebührenstaatsvertrages

Bei den Änderungen in § 1 handelt es sich um redaktionelle Folgeänderungen aufgrund der Neufassung des Rundfunkbegriffs in § 2 Abs. 1 des Rundfunkstaatsvertrages.

VII.

Begründung zu Artikel 7

Übergangsbestimmungen, Kündigung, Inkrafttreten, Neubekanntmachung

Artikel 7 enthält die Übergangsbestimmungen sowie die Bestimmungen zur Kündigung, über das Inkrafttreten und zur Neubekanntmachung des Staatsvertrages.

Die Übergangsbestimmung in Absatz 1 stellt klar, dass die Anforderungen des § 11 d des Rundfunkstaatsvertrages für alle bestehenden Telemedienangebote der Rundfunkanstalten gelten, die über den Zeitpunkt des Inkrafttretens des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages hinaus fortgeführt werden (Satz 1). Telemedienangebote, die diese Anforderungen nicht erfüllen und auch nicht durch ein Verfahren nach Maßgabe des § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages erfüllen können (z.B. aufgrund der Negativliste), dürfen nicht mehr angeboten werden. Da das Prüfverfahren nach § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages nach seinem Wortlaut nur auf neue oder veränderte Telemedienangebote Anwendung findet, ordnet Satz 3 für den Bestand an Telemedienangeboten die Durchführung eines Prüfverfahrens entsprechend § 11 f des Rundfunkstaatsvertrages an, soweit die Angebote über den Bereich der Direktbeauftragung nach § 11 d Abs. 2 Nr. 1 1. Halbsatz und Nr. 2 des Rundfunkstaatsvertrages hinausgehen. Gleiches gilt für ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme der Rundfunkanstalten (Satz 6). Die jeweiligen Verfahren sind in einer Übergangsfrist bis zum 31. August 2010 abzuschließen (Satz 4). Bis dahin ist die Fortführung dieser Angebote ohne durchgeführtes Prüfverfahren zulässig.

Absatz 2 enthält eine weitere Übergangsvorschrift. Da Teleshoppingkanäle aufgrund der Neudefinition von Rundfunk in § 2 Abs. 1 des Rundfunkstaatsvertrages nunmehr Rundfunkprogramme darstellen, ist für bestehende Teleshoppingkanäle eine Übergangsbestimmung erforderlich. Gemäß Satz 1 gelten solche Teleshoppingkanäle, die zum Inkrafttreten des Staatsvertrages verbreitet werden, für die Dauer von zehn Jahren als zugelassen. Satz 2 sieht jedoch für diese Kanäle eine Anzeigepflicht bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor. Örtlich zuständig ist nach Satz 3 die Landesmedienanstalt des Landes, in dem der Veranstalter des Teleshoppingkanals seinen Sitz hat. Im Übrigen gelten die Bestimmungen der §§ 20 a und 38 des Rundfunkstaatsvertrages.

Die Absätze 3 bis 6 enthalten die notwendigen Bestimmungen über die Kündigung, das Inkrafttreten und die Neubekanntmachung der geänderten Staatsverträge.

In Absatz 3 wird zunächst klargestellt, dass die in den vorstehenden Artikeln geänderten Staatsverträge nach den dort jeweils geltenden Kündigungsbestimmungen gekündigt werden können. Diese Staatsverträge behalten durch den

Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag weiterhin ihre Selbstständigkeit. Deshalb ist auch in Artikel 7 eine gesonderte Kündigung des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages als Rahmenstaatsvertrag nicht vorgesehen.

Absatz 4 bestimmt das Inkrafttreten des Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrages am 1. Juni 2009 (Satz 1). Satz 2 ordnet an, dass der Zwölfte Rundfunkänderungsstaatsvertrag gegenstandslos wird, wenn bis zum 31. Mai 2009 die Ratifikationsverfahren in den einzelnen Ländern nicht abgeschlossen und die Ratifikationsurkunden nicht hinterlegt sind. Die einzelnen Staatsverträge behalten dann in der bisherigen Fassung ihre Gültigkeit.

Nach Absatz 5 teilt die Staatskanzlei des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz den Ländern die Hinterlegung der Ratifikationsurkunden mit und gewährleistet, dass in den Ländern, soweit erforderlich, die Bekanntmachungen erfolgen können, dass der Staatsvertrag insgesamt mit seinen Änderungen in Kraft getreten ist und die geänderten Staatsverträge in der nunmehrigen Fassung gelten.

Absatz 6 gewährt den Ländern die Möglichkeit, die durch den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag geänderten Staatsverträge in der nunmehr gültigen Fassung bekannt zu machen. Eine Verpflichtung zur Neubekanntmachung besteht nicht.