

GESETZBLATT

FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

2009

Ausgegeben Stuttgart, Freitag, 27. März 2009

Nr. 5

Tag	INHALT	Seite
24. 3. 09	Gesetz zur Änderung des Bestattungsgesetzes	125
24. 3. 09	Gesetz zum Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag und zur Änderung medienrechtlicher Vorschriften	130
24. 3. 09	Gesetz über die Feststellung eines Nachtrags zum Staatshaushaltsplan von Baden-Württemberg für das Haushaltsjahr 2009	156
24. 3. 09	Gesetz zur Änderung des Landesbankgesetzes	156
11. 3. 09	Verordnung des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum zur Änderung der Verordnung über die Zuständigkeiten nach dem Rindfleischetikettierungsgesetz	156
20. 3. 09	Verordnung des Ministeriums für Arbeit und Soziales zur Bestimmung der Träger des Krebsregisters Baden-Württemberg, der Bestandteile der klinischen Daten und des Zeitpunkts der Meldung in der Behandlungsabfolge (Krebsregisterverordnung – KrebsRVO)	157
25. 2. 09	Bekanntmachung des Regierungspräsidiums Karlsruhe über das Erlöschen der Zuständigkeit der Stadt Bad Wildbad als untere Baurechtsbehörde für die Stadt Bad Wildbad sowie über die Zuständigkeit der Stadt Bad Wildbad als untere Baurechtsbehörde für die vereinbarte Verwaltungsgemeinschaft »Oberes Enztal«, beschränkt auf das Gebiet der Mitgliedsgemeinden Bad Wildbad und Enzklösterle	158

Gesetz zur Änderung des Bestattungsgesetzes

Vom 24. März 2009

Der Landtag hat am 18. März 2009 das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Das Bestattungsgesetz vom 21. Juli 1970 (GBl. S. 395, ber. S. 458), zuletzt geändert durch Artikel 27 der Verordnung vom 25. April 2007 (GBl. S. 252), wird wie folgt geändert:

1. In § 2 Abs. 2 werden nach dem Wort »Landschaftspflege« die Worte », der Landschaftsarchitektur« eingefügt.
2. § 6 wird wie folgt geändert:
 - a) Der bisherige Wortlaut wird Absatz 1.
 - b) Folgender Absatz 2 wird angefügt:

»(2) Nach Ablauf der Ruhezeit aufgefundene Gebeine (Überreste von Leichen) sind in geeigneter Weise innerhalb des Friedhofs zu bestatten.«

3. § 8 erhält folgende Fassung:

»§ 8

Nutzungsbeschränkungen

(1) Bei der Errichtung von Gebäuden, die nicht Friedhofszwecken dienen, ist von Friedhöfen ein Abstand von mindestens 10 m einzuhalten. Die Baurechtsbehörde kann hiervon Ausnahmen zulassen, wenn Ruhe und Würde des Friedhofs nicht wesentlich beeinträchtigt werden und polizeiliche Gründe nicht entgegenstehen.

(2) Bei der Errichtung von störenden Betrieben ist von Friedhöfen ein zur Aufrechterhaltung der Ruhe und Würde des Friedhofs ausreichender Abstand einzuhalten.«

4. § 10 Abs. 2 wird folgender Satz angefügt:

»§ 6 Abs. 2 gilt entsprechend.«

5. In § 12 Abs. 1 werden die Worte »jeden Verstorbenen« durch die Worte »jede verstorbene Person« ersetzt.

6. In § 17 Satz 3 werden nach dem Wort »entspricht« die Worte »oder ein ausreichender Abstand zu störenden Betrieben, Einrichtungen und Verkehrsflächen nicht

gewahrt wird beziehungsweise eine würdige Umgebung nicht gewährleistet ist« eingefügt.

7. § 20 wird wie folgt geändert:

- a) In Absatz 1 werden nach dem Wort »von« die Worte »einer Ärztin oder« eingefügt.
- b) In Absatz 2 Satz 1 wird das Wort »Jeder« durch die Worte »Jede niedergelassene Ärztin oder jeder« ersetzt.

c) Es werden folgende Absätze 3 und 4 angefügt:
 »(3) Sind Anhaltspunkte dafür vorhanden, dass der Tod in ursächlichem Zusammenhang mit einer Narkose, mit operativen oder anderen therapeutischen oder sonstigen medizinischen Maßnahmen einschließlich Schutzimpfung eingetreten ist, dürfen die die medizinische Maßnahme veranlassenden Ärzte die Leichenschau nicht durchführen. Diese haben sich auf die Feststellung des Todes zu beschränken. Die darüber hinaus gehende Leichenschau ist von einem an der Behandlung nicht beteiligten Arzt durchzuführen.

(4) Im Rettungsdienst eingesetzte Notärzte sind nicht verpflichtet, Todesart und Todesursache, sondern lediglich den Tod festzustellen. Sie haben den Eintritt des Todes auf der Todesbescheinigung ohne Ursachenfeststellung festzuhalten, über die Rettungsleitstelle die Durchführung der Leichenschau zu veranlassen und bei Anhaltspunkten für einen nicht natürlichen Tod sofort die Rettungsleitstelle zu benachrichtigen, die die Polizei hiervon in Kenntnis setzt.«

8. § 21 wird wie folgt geändert:

- a) Absatz 1 Nr. 1 und 2 erhalten folgende Fassung:
 - »1. die Ehegattin oder der Ehegatte, die Lebenspartnerin oder der Lebenspartner, die volljährigen Kinder, die Eltern, die Großeltern, die volljährigen Geschwister und Enkelkinder der verstorbenen Person (Angehörige),
 - 2. die Person, in deren Wohnung, Einrichtung oder auf deren Grundstück der Sterbefall sich ereignet hat,«.
- b) Absatz 2 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Nummer 1 wird das Wort »eheliche« gestrichen.
 - bb) Nummer 3 erhält folgende Fassung:
 - »3. die Ärztin oder der Arzt, die oder der bei der Geburt zugegen war,«.
- c) Absatz 4 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Nummer 1 werden die Worte »der leitende Arzt« durch die Worte »die ärztliche Leitung« und die Worte »der leitende Abteilungsarzt« durch die Worte »die ärztliche Abteilungsleitung« ersetzt.
 - bb) In Nummer 3 werden die Worte »der Leiter« durch die Worte »die Leitung« ersetzt.

9. § 22 wird wie folgt geändert:

- a) Die Absätze 1 und 2 erhalten folgende Fassung:
 - »(1) Die Ärztin oder der Arzt hat die Leichenschau unverzüglich vorzunehmen. Die Leichenschau ist an der entkleideten Leiche an dem Ort vorzunehmen, an dem der Tod eingetreten oder an dem die Leiche aufgefunden worden ist. Die Entkleidung der Leiche hat zu unterbleiben, wenn sich bereits ohne Untersuchung der entkleideten Leiche der Verdacht auf Anhaltspunkte für einen nicht natürlichen Tod ergibt. Um eine Leichenschau im Freien zu vermeiden, kann von Satz 2 abgewichen werden. Die Ärztin oder der Arzt ist berechtigt, zum Zweck der Leichenschau jederzeit den Ort zu betreten, an dem die Leiche sich befindet, um dort die Leichenschau vorzunehmen. Das Grundrecht der Unverletzlichkeit der Wohnung (Artikel 13 Abs. 1 des Grundgesetzes) wird insoweit eingeschränkt.
 - (2) Die Ärztin oder der Arzt hat unverzüglich eine Todesbescheinigung (nicht vertraulicher und vertraulicher Teil) auszustellen, wenn sichere Zeichen des Todes festgestellt wurden. Sichere Zeichen des Todes sind Totenstarre, Totenflecken, Fäulniserscheinungen, mit dem Leben unvereinbare Verletzungen, Hirntod sowie die Erfolglosigkeit der Reanimation nach hinreichend langer Dauer.«
- b) Absatz 3 wird wie folgt geändert:
 - aa) Satz 1 erhält folgende Fassung:
 - »Ergeben sich Anhaltspunkte für einen nicht natürlichen Tod, ist die Todesart ungeklärt oder handelt es sich um die Leiche einer unbekannt Person, so hat die Ärztin oder der Arzt sofort eine Polizeidienststelle zu verständigen.«
 - bb) In Satz 2 wird das Wort »Er« durch die Worte »Sie oder er« ersetzt.
- c) Absatz 4 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Satz 1 werden die Worte »Der Leichenschauschein« durch die Worte »Die Todesbescheinigung« ersetzt.
 - bb) In Satz 2 werden die Worte »den Leichenschauschein« durch die Worte »die Todesbescheinigung« und das Wort »öffentliches« durch das Wort »berechtigtes« beziehungsweise das Wort »öffentliche« durch das Wort »berechtigte« ersetzt.
 - cc) Satz 4 erhält folgende Fassung:
 - »Für die Verarbeitung der Angaben in der Todesbescheinigung bei der Durchführung von wissenschaftlich-medizinischen Forschungsvorhaben von öffentlichen Einrichtungen gilt § 35 Abs. 3 und 4 des Landesdatenschutzgesetzes (LDSG) entsprechend; öffentliche Einrichtungen, die ihren Sitz nicht im Geltungsbereich dieses Gesetzes haben, haben

sich schriftlich zu verpflichten, die Daten nur für das Forschungsvorhaben zu nutzen und die Vorschriften des § 35 Abs. 3 und 4 LDSG einzuhalten.«

- d) In Absatz 5 werden die Worte »den Leichenschau-schein« durch die Worte »die Todesbescheinigung« ersetzt.
10. In § 23 werden die Worte »den Verstorbenen« durch die Worte »die verstorbene Person«, die Worte »des Verstorbenen« durch die Worte »der verstorbenen Person« und die Worte »dem Arzt, der« durch die Worte »der Person, die« ersetzt.
11. § 26 erhält folgende Fassung:

»§ 26

Leichenbesorger

Personen, die gewerbsmäßig oder berufsmäßig Leichen reinigen, ankleiden oder einsargen, dürfen beim Herstellen, Behandeln oder Inverkehrbringen von Lebensmitteln und Trinkwasser nicht tätig sein oder beschäftigt werden. Satz 1 gilt nicht für den privaten hauswirtschaftlichen Bereich.«

12. § 28 wird wie folgt geändert:
- a) Der bisherige Wortlaut wird Absatz 1 und wie folgt geändert:
Nach dem Wort »Tod« werden die Worte », ist die Todesart ungeklärt« eingefügt und die Worte »der Amtsrichter« werden durch die Worte »das Amtsgericht« ersetzt.
- b) Folgender Absatz 2 wird angefügt:
»(2) Eine öffentliche Leichenöffnung ist unzulässig.«
13. § 29 wird wie folgt geändert:
- a) In der Überschrift werden nach dem Wort »Konservierung« die Worte »und Einbalsamierung« eingefügt.
- b) In Absatz 1 Satz 1 werden nach dem Wort »konserviert« die Worte »oder einbalsamiert« und nach dem Wort »konservierter« die Worte »oder einbalsamierter« eingefügt.
- c) In Absatz 2 werden nach dem Wort »konserviert« die Worte »oder einbalsamiert« eingefügt.

14. § 30 erhält folgende Fassung:

»§ 30

Bestattungspflicht

(1) Jede Leiche muss bestattet werden. Hierzu zählen auch alle totgeborenen Kinder und in der Geburt verstorbenen Leibesfrüchte mit einem Gewicht von mindestens 500 Gramm (Totgeburt).

(2) Fehlgeburten sind totgeborene Kinder und während der Geburt verstorbene Leibesfrüchte mit einem Gewicht unter 500 Gramm. Fehlgeburten sind auf Verlangen eines Elternteils auf Kosten der Eltern zu

bestatten; § 46 Abs. 4 gilt entsprechend. Ist die Geburt in einer Einrichtung erfolgt, hat deren Träger sicherzustellen, dass mindestens ein Elternteil auf diese Bestattungsmöglichkeit hingewiesen wird. Jede aus einem Schwangerschaftsabbruch stammende Leibesfrucht (Ungeborenes) gilt als Fehlgeburt und ist als solche nach Satz 2 und 3 zu behandeln. Liegt keine Erklärung mindestens eines Elternteils nach Satz 2 vor, sind Fehlgeburten und Ungeborene von den Einrichtungen unter würdigen Bedingungen zu sammeln und zu bestatten. Die Kosten hierfür trägt der Träger der Einrichtung.

(3) Fehlgeburten und Ungeborene, die nicht bestattet werden, dürfen allein wissenschaftlichen Zwecken dienen. Für die Verwendung zu wissenschaftlichen Zwecken muss vorher die Zustimmung beider Elternteile vorliegen. Die wissenschaftliche Einrichtung muss für die Bestattung der Fehlgeburten und Ungeborenen sorgen, sobald sie nicht mehr wissenschaftlichen Zwecken dienen.

(4) Abgetrennte Körperteile sind, soweit sie nicht bestattet werden, hygienisch einwandfrei und dem sittlichen Empfinden entsprechend zu beseitigen, soweit und solange sie nicht wissenschaftlichen Zwecken dienen.«

15. In § 31 Abs. 2 werden nach dem Wort »Kosten« die Worte »der oder« eingefügt.

16. § 32 erhält folgende Fassung:

»§ 32

Bestattungsart

(1) Die Bestattung kann als Erd-, Feuer- oder Seebestattung vorgenommen werden. Die Art der Bestattung richtet sich nach dem Willen der verstorbenen Person. Ist ein Wille der verstorbenen Person nicht bekannt, bestimmen die Angehörigen (§ 21 Abs. 1 Nr. 1) die Bestattungsart. Werden von den Angehörigen Einwendungen gegen die Feuerbestattung erhoben, so ist nur die Erdbestattung zulässig, sofern ein Gericht nichts anderes entscheidet.

(2) Erdbestattung ist die Bestattung einer Leiche in einem Sarg in einer Grabstätte; § 39 Abs. 1 Satz 3 bleibt hiervon unberührt. Feuerbestattung ist die Einäscherung einer Leiche und die Beisetzung der Asche. Seebestattung ist die Beisetzung einer Urne auf Hoher See. Eine Seebestattung in oberirdischen Gewässern (§ 1 Abs. 1 Nr. 1 des Wasserhaushaltsgesetzes) ist unzulässig.«

17. § 34 wird wie folgt geändert:

- a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:

»(1) Leichen dürfen erst dann erdbestattet werden, wenn die Ärztin oder der Arzt den nicht vertraulichen Teil der Todesbescheinigung ausgestellt und das Standesamt auf diesem die vollzogene Eintragung des Sterbefalles in das Sterbepbuch vermerkt hat.«

- b) In Absatz 2 werden die Worte »die Todesbescheinigung« durch die Worte »der nicht vertrauliche Teil der Todesbescheinigung« und das Wort »Standesbeamten« durch das Wort »Standesamts« ersetzt.
- c) In Absatz 4 werden nach dem Wort »vorhanden,« die Worte »ist die Todesart ungeklärt« eingefügt sowie die Worte »eines Unbekannten« durch die Worte »einer unbekannt Person« und das Wort »Amtsrichters« durch das Wort »Amtsgerichts« ersetzt.
18. § 35 Abs. 2 erhält folgende Fassung:
- »(2) Sind Anhaltspunkte für einen nicht natürlichen Tod vorhanden, ist die Todesart ungeklärt oder handelt es sich um die Leiche einer unbekannt Person, so darf die Erlaubnis erst dann erteilt werden, wenn die Staatsanwaltschaft oder das Amtsgericht die Feuerbestattung schriftlich genehmigt hat.«
19. § 39 wird wie folgt geändert:
- a) In der Überschrift und in Absatz 5 wird das Wort »Konservierte« jeweils durch die Worte »konservierte und einbalsamierte« ersetzt.
- b) Absatz 1 erhält folgende Fassung:
- »(1) Leichen dürfen nur in Särgen erdbestattet werden. Für die Erdbestattung dürfen nur Holzsärgen verwendet werden, es sei denn, dass eine Leiche in einem Metallsarg zum Bestattungsort überführt werden muss. In den Fällen, in denen die Religionszugehörigkeit eine Bestattung ohne Sarg vorsieht, kann der Deckel des Sarges bei der Bestattung abgenommen und neben den Sarg in das Grab gelegt werden, solange keine gesundheitlichen Gefahren zu befürchten sind. § 13 der Bestattungsverordnung bleibt unberührt.«
20. In § 40 Satz 2 werden die Worte »des Verstorbenen« durch die Worte »der verstorbenen Person« ersetzt.
21. § 43 wird wie folgt geändert:
- a) Der bisherige Wortlaut wird Absatz 1.
- b) Folgender Absatz 2 wird angefügt:
- »(2) Soll zum Zweck der Feuerbestattung eine Leiche in ein anderes Bundesland oder in Orte außerhalb Deutschlands befördert werden, muss vor der Beförderung der Leiche eine zweite Leichenschau durchgeführt werden. Satz 1 gilt in Fällen von Ausgrabungen nach § 41 Satz 1 nur insoweit, als eine zweite Leichenschau nach Prüfung durch das zuständige Gesundheitsamt noch möglich ist.«
22. § 44 wird wie folgt geändert:
- a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:
- »(1) Leichen dürfen in Orte außerhalb Deutschlands nur mit einem Leichenpass befördert werden. § 43 Abs. 2 bleibt unberührt.«
- b) Absatz 2 wird wie folgt geändert:
- aa) In Satz 1 werden die Worte »Land der Bundesrepublik Deutschland« durch das Wort »Bundesland« ersetzt.
- bb) Es wird folgender Satz angefügt:
- »§ 43 Abs. 2 bleibt unberührt.«
23. § 46 wird wie folgt geändert:
- a) In Absatz 3 Satz 2 werden die Worte »des Verstorbenen« durch die Worte »der verstorbenen Person« ersetzt.
- b) Folgender Absatz 4 wird angefügt:
- »(4) Wird eine Leiche zum Zweck der Erdbestattung in ein anderes Bundesland oder in Orte außerhalb Deutschlands befördert, muss der zuständige Behörde des Sterbeorts gegenüber Gewähr leisten, dass diese am vorgesehenen Ort erdbestattet wird.«
24. § 49 wird wie folgt geändert:
- a) Absatz 1 wird wie folgt geändert:
- aa) In Nummer 4 werden die Worte »als Arzt« gestrichen.
- bb) Nach Nummer 4 wird folgende Nummer 5 eingefügt:
- »5. entgegen § 20 Abs. 4 den Tod nicht feststellt und den Eintritt des Todes nicht auf der Todesbescheinigung ohne Ursachenfeststellung festhält,«.
- cc) Die bisherige Nummer 5 wird Nummer 6 und wie folgt geändert:
- Nach dem Wort »der« werden die Worte »ihr oder« eingefügt.
- dd) Die bisherige Nummer 6 wird Nummer 7 und erhält folgende Fassung:
- »7. die Todesbescheinigung nicht oder nicht unverzüglich ausstellt (§ 22 Abs. 2),«.
- ee) Die bisherige Nummer 7 wird Nummer 8 und wie folgt geändert:
- Die Worte »als Arzt« werden gestrichen.
- ff) Nach Nummer 8 werden folgende Nummern 9 und 10 eingefügt:
- »9. entgegen § 25 mit Leichen unwürdig oder in gesundheitlich bedenklicher Weise umgeht,
10. entgegen § 26 beim Herstellen, Behandeln oder Inverkehrbringen von Lebensmitteln und Trinkwasser tätig oder beschäftigt ist, obwohl er gewerbsmäßig oder berufsmäßig Leichen reinigt, ankleidet oder einsargt,«.
- gg) Die bisherige Nummer 8 wird Nummer 11 und wie folgt geändert:
- Nach dem Wort »außergerichtliche« werden die Worte »oder öffentliche« eingefügt.

- hh) Die bisherige Nummer 9 wird Nummer 12.
- ii) Nach Nummer 12 werden folgende Nummern 13 bis 17 eingefügt:
- »13. entgegen § 30 Abs. 2 Satz 2 und 3 nicht mindestens einen Elternteil von Fehlgeburten oder Ungeborenen auf deren Bestattungsmöglichkeit hinweist oder die gewünschte Bestattung einer Fehlgeburt oder eines Ungeborenen versagt,
14. entgegen § 30 Abs. 3 Fehlgeburten oder Ungeborene ohne vorherige Zustimmung beider Elternteile zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet,
15. entgegen § 30 Abs. 4 abgetrennte Körperteile nicht hygienisch einwandfrei und dem sittlichen Empfinden entsprechend beseitigt,
16. entgegen § 31 Abs. 1 als verpflichtete Person nicht für die Bestattung sorgt,
17. entgegen § 32 Abs. 1 Satz 4 anstatt der Erd- die Feuerbestattung in Auftrag gibt oder zulässt, obwohl von Angehörigen (§ 21 Abs. 1 Nr. 1) Einwendungen gegen die Feuerbestattung erhoben werden,«.
- jj) Die bisherigen Nummern 10 bis 12 werden Nummern 18 bis 20.
- kk) Die bisherige Nummer 13 wird Nummer 21 und wie folgt geändert:
Das Wort »Bestattungspflichtiger« wird durch die Worte »bestattungspflichtige Person« ersetzt.
- ll) Die bisherige Nummer 14 wird Nummer 22.
- mm) Nach Nummer 22 wird folgende Nummer 23 eingefügt:
»23. eine Leiche entgegen § 43 Abs. 2 ohne zweite Leichenschau in ein anderes Bundesland oder in Orte außerhalb Deutschlands befördert,«.
- nn) Die bisherigen Nummern 15 und 16 werden Nummern 24 und 25.
- oo) Die bisherige Nummer 17 wird Nummer 27.
- b) Absatz 2 Nr. 1 bis 3 erhält folgende Fassung:
- »1. entgegen § 22 Abs. 1 Satz 5 die Leichenschau behindert oder vereitelt, insbesondere als Inhaberin oder Inhaber der tatsächlichen Gewalt der Ärztin oder dem Arzt das Betreten des Orts verweigert, an dem die Leiche sich befindet,
2. als Ärztin oder Arzt, Heilpraktikerin oder Heilpraktiker oder als Angehöriger der verstorbenen Person entgegen § 23 der Ärztin oder dem Arzt, die oder der die Leichenschau vornimmt, die Auskunft verweigert oder unrichtig erteilt,
3. entgegen § 29 Leichen konserviert oder einbalsamiert.«
- c) In Absatz 4 werden nach dem Wort »als« die Worte »Ärztin oder« eingefügt und die Worte »oder in dem Leichenschauschein« gestrichen.
- d) In Absatz 5 wird die Angabe »Absatz 1 Nr. 9« durch die Angabe »Absatz 1 Nr. 12« und die Angabe »2000 Deutsche Mark« durch die Angabe »1000 Euro« ersetzt.
- e) Absatz 6 wird wie folgt geändert:
- aa) In Satz 1 wird nach dem Wort »Ordnungswidrigkeiten« die Abkürzung »(OWiG)« eingefügt.
- bb) In Satz 2 werden die Worte »des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten« durch die Abkürzung »OWiG« ersetzt.
25. In § 50 Abs. 1 Nr. 5 werden die Worte »und des Leichenschauscheines« gestrichen.
26. § 53 erhält folgende Fassung:
»§ 53
Aufsicht
Oberste Aufsichtsbehörde ist das Ministerium für Arbeit und Soziales.«
27. § 54 Nr. 4 erhält folgende Fassung:
»4. weiter gehende Schutzmaßnahmen nach §§ 25 und 28 des Infektionsschutzgesetzes in der jeweils geltenden Fassung,«.

Artikel 2

Das Ministerium für Arbeit und Soziales kann den Wortlaut des Bestattungsgesetzes in der im Zeitpunkt der Bekanntmachung geltenden Fassung mit neuer Paragrafenfolge bekannt machen und Unstimmigkeiten des Wortlauts beseitigen.

Artikel 3

Dieses Gesetz tritt am Tag nach seiner Verkündung in Kraft.

Das vorstehende Gesetz wird hiermit ausgefertigt und ist zu verkünden.

STUTTGART, den 24. März 2009

Die Regierung des Landes Baden-Württemberg:

OETTINGER

PROF. DR. GOLL

PROF. DR. REINHART

RECH

RAU

PROF. DR. FRANKENBERG

PFISTER

HAUK

GÖNNER

DRAUTZ

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

Vom 24. März 2009

Der Landtag hat am 18. März 2009 das folgende Gesetz beschlossen:

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, Teleshopping 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.

Das vorstehende Gesetz wird hiermit ausgefertigt und ist zu verkünden.

STUTTGART, den 24. März 2009

Die Regierung des Landes Baden-Württemberg:

OETTINGER

PROF. DR. GOLL

PROF. DR. REINHART

RECH

RAU

PROF. DR. FRANKENBERG

PFISTER

HAUK

GÖNNER

DRAUTZ

Zwölfter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zwölfter Rundfunkänderungsstaatsvertrag)

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 Sendeplan 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 Auseinandersetzungen 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 veröffentlichen 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.

§ 11e

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.

§ 11f

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 § 11d 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 Berücksichtigung 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 rechtsauf-

sichtliche 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 kommerzielle 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 Rechnungs-

höfen 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 geprüften Beteiligungsunternehmen nicht beeinträchtigt wird und insbesondere Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse 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 anzuzeigen. 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 offenlegt,«.
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 Landesrundfunkanstalten, 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 den Freistaat Bayern:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Horst Seehofer

Für das Land Berlin:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Klaus Wowereit

Für das Land Brandenburg:
Berlin, den 18. Dezember 2008
M. Platzeck

Für die Freie Hansestadt Bremen:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Jens Böhrnsen

Für die Freie und Hansestadt Hamburg:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Ole von Beust

Für das Land Hessen:
Berlin, den 18. Dezember 2008
R. Koch

Für das Land Mecklenburg-Vorpommern:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Erwin Sellering

Für das Land Niedersachsen:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Christian Wulff

Für das Land Nordrhein-Westfalen:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Jürgen Rüttgers

Für das Land Rheinland-Pfalz:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Kurt Beck

Für das Saarland:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Peter Müller

Für den Freistaat Sachsen:
Berlin, den 18. Dezember 2008
St. Tillich

Für das Land Sachsen-Anhalt:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Böhmer

Für das Land Schleswig-Holstein:
Berlin, den 18. Dezember 2008
Peter Harry Carstensen

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 »Eins-Extra«, »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 Beihilfverfahren 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 Fernsehnutzung. 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 Funktionsauftrages 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 Internets 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 Probephase 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 Zu-

schauser 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 internationalen 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 Magazinformaten 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 insoweit 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, Unterhaltungsshow 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 Fernsehschauern gefunden hat. EinsPlus positioniert sich als mo-

dernes, 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 programmatischen 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 grundsätzliches 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 »Odysso« (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 Publikuserwartungen 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 eindeutigen 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 »Tages-

schau« 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 informationsinteressierte 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 Landesrundfunkanstalten 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 Fernseh Rates 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 Uhr 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 Uhr 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 produktionsinfrastruktur 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 Bedürfnis 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 Nachrichtenleisten 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 Erstaussstrahlung 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 »Wirtschaftswunder« 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-An-

gebots 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 unternehmerischen Anstrengungen des 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 Opernaufführungen, 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 Sendeleisten 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 Bühnenergebnissen 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 poli-

tische 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 Theatertreffen, 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, Wissenschaft, 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 wiederfinden, an ein werthaltiges 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 Programmvielfalt, 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 Fernsehereignisse 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 die Suche nach Sinn und Orientierung auch der Wunsch nach Ent-

spannung 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 Erfah-

rungen 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 Prime-time-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 Programmierung 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, entspannenden, 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 Wiederholungsleistungen 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-Programmvermögens 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 Hörerschaft.

Repräsentative Hörerumfragen belegen, dass die Deutschlandradio-Programme sich wegen dieser Merkmale einer hohen Akzeptanz bei der Hörerschaft 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 Hörerschaften 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). Wissensange-

bote 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 7.00 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 7.00 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 Programmtipps, 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^{1/2} 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 zumeist 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 § 11d 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 Programmzahlbegrenzung gemäß § 11 c Abs. 2 dergestalt angepasst wird, dass allen in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten eine angemessene Entwicklungsmöglichkeit zusätzlich eingeräumt wird.

**Gesetz über die Feststellung
eines Nachtrags zum Staatshaushaltsplan
von Baden-Württemberg für das
Haushaltsjahr 2009**

Vom 24. März 2009

Der Landtag hat am 19. März 2009 das folgende Gesetz beschlossen:

§ 1

Der Staatshaushaltsplan des Landes Baden-Württemberg für das Haushaltsjahr 2009 (Anlage zum Gesetz über die Feststellung des Staatshaushaltsplans von Baden-Württemberg für das Haushaltsjahr 2009 – Staatshaushaltsgesetz 2009 – StHG 2009 – vom 18. Februar 2009, GBl. S. 65) bleibt unverändert.

§ 2

In § 5 Abs. 2 StHG 2009 wird der Punkt am Ende der Nr. 3 durch ein Semikolon ersetzt und folgende Ergänzung eingefügt:

»4. zu Gunsten einer Finanzierungsgesellschaft, die die Mittel zur Kapitalerhöhung der Landesbank Baden-Württemberg bereitstellt, bis zur Höhe von 2 100 000 000 Euro.«

§ 3

Dieses Gesetz tritt mit Wirkung vom 1. Januar 2009 in Kraft.

Das vorstehende Gesetz wird hiermit ausgefertigt und ist zu verkünden.

STUTTGART, den 24. März 2009

Die Regierung des Landes Baden-Württemberg:

OETTINGER

PROF. DR. GOLL	PROF. DR. REINHART
RECH	RAU
PROF. DR. FRANKENBERG	PFISTER
HAUK	GÖNNER
	DRAUTZ

**Gesetz zur Änderung
des Landesbankgesetzes**

Vom 24. März 2009

Der Landtag hat am 19. März 2009 das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Änderung des Landesbankgesetzes

Das Landesbankgesetz vom 11. November 1998 (GBl. S. 589), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 25. Juni 2008 (GBl. S. 201), wird wie folgt geändert:

§ 4 Abs. 7 werden folgende Sätze angefügt:

»Gleiches gilt für mit der Trägerschaft beliehene juristische Personen des Privatrechts, an denen ausschließlich Träger der Landesbank beteiligt sind. Die Beleihung erfolgt auf Antrag des aufzunehmenden Trägers durch Verwaltungsakt der Rechtsaufsichtsbehörde.«

Artikel 2

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am Tag nach seiner Verkündung in Kraft.

Das vorstehende Gesetz wird hiermit ausgefertigt und ist zu verkünden.

STUTTGART, den 24. März 2009

Die Regierung des Landes Baden-Württemberg:

OETTINGER

PROF. DR. GOLL	PROF. DR. REINHART
RECH	RAU
PROF. DR. FRANKENBERG	PFISTER
HAUK	GÖNNER
	DRAUTZ

**Verordnung
des Ministeriums für Ernährung
und Ländlichen Raum
zur Änderung der Verordnung
über die Zuständigkeiten nach
dem Rindfleischetikettierungsgesetz**

Vom 11. März 2009

Auf Grund von § 4 Abs. 1 des Landesverwaltungsgesetzes in der Fassung vom 14. Oktober 2008 (GBl. S. 313, 314) wird verordnet:

Artikel 1

Die Verordnung des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum über die Zuständigkeiten nach dem Rindfleischetikettierungsgesetz vom 14. Juni 2002 (GBl. S. 262) wird wie folgt geändert:

»§ 1

Zuständige Stellen für die Überwachung nach § 4 Abs. 2 Satz 1 des Rindfleischetikettierungsgesetzes vom 26. Februar 1998 (BGBl. I S. 380), geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 17. November 2000 (BGBl. I S. 1510), in der jeweils geltenden Fassung sind die unteren Verwaltungsbehörden.«

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am Tag nach ihrer Verkündung in Kraft.

STUTTGART, den 11. März 2009

HAUK

**Verordnung des Ministeriums
für Arbeit und Soziales zur Bestimmung
der Träger des Krebsregisters
Baden-Württemberg, der Bestandteile
der klinischen Daten und des Zeitpunkts
der Meldung in der Behandlungsabfolge
(Krebsregisterverordnung – KrebsRVO)**

Vom 20. März 2009

Auf Grund von § 2 Abs. 2 Satz 1 und § 3 Abs. 4 Satz 2 des Landeskrebsregistergesetzes (LKrebsRG) vom 7. März 2006 (GBl. S. 54) wird verordnet:

§ 1

Trägerschaft

(1) Die Einrichtungen der Vertrauensstelle, der klinischen Landesregisterstelle und des epidemiologischen Krebsregisters im Sinne von § 1 Abs. 1 und § 2 Abs. 1 LKrebsRG werden wie folgt geführt:

1. Träger der Vertrauensstelle ist die Deutsche Rentenversicherung Baden-Württemberg,
2. Träger der klinischen Landesregisterstelle ist die Baden-Württembergische Krankenhausgesellschaft e.V.,
3. Träger des epidemiologischen Krebsregisters ist das Deutsche Krebsforschungszentrum Heidelberg.

(2) Die Einrichtungen unterliegen bei der Wahrnehmung ihrer im Landeskrebsregistergesetz beschriebenen Aufgaben den rechtlichen und fachlichen Weisungen des

Ministeriums für Arbeit und Soziales. Eine Konkretisierung der im Landeskrebsregistergesetz den Einrichtungen zugewiesenen Aufgaben, Rechte und Pflichten erfolgt durch vertragliche Vereinbarung mit den Trägern der Einrichtungen.

(3) Der Deutschen Rentenversicherung Baden-Württemberg sind die durch die Wahrnehmung der Aufgaben der Vertrauensstelle entstehenden Kosten durch das Land zu erstatten.

(4) Das Ministerium für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg überträgt der Baden-Württembergischen Krankenhausgesellschaft e.V. die im Landeskrebsregistergesetz beschriebenen Aufgaben der klinischen Landesregisterstelle. Soweit die Baden-Württembergische Krankenhausgesellschaft e.V. hoheitliche Aufgaben bei der Durchführung der Aufgaben der klinischen Landesregisterstelle wahrnimmt, wird ihr die Befugnis eingeräumt, dies im eigenen Namen und in Handlungsformen des öffentlichen Rechts zu tun.

§ 2

Klinische Daten

(1) Klinische Daten sind nach § 3 Abs. 4 Satz 1 LKrebsRG folgende epidemiologische Daten im Sinne von § 3 Abs. 2 Nr. 1 bis 3 und 5 bis 13 LKrebsRG sowie die in den Absätzen 2 bis 5 näher bestimmten weiteren Angaben zu Diagnose, Therapie und Verlauf von Krebserkrankungen:

1. Monat und Jahr der Geburt,
2. Geschlecht,
3. Postleitzahl mit Ortsname oder Gemeindekennziffer,
4. Monat und Jahr der Tumordiagnose,
5. Monat und Jahr des Todes,
6. Tumordiagnose,
7. Stadium,
8. Anlass der Tumordiagnose,
9. frühere Tumordiagnosen,
10. Diagnosesicherung,
11. Art der Therapie,
12. Todesursache.

(2) Weitere Angaben zur Diagnose sind jeweils in Abhängigkeit von der Tumorart

1. Diagnose (ICD),
2. Lokalisation (ICD-O),
3. Seitenlokalisation,
4. Histologie (ICD-O),
5. anatomische Ausbreitung nach TNM-Klassifikation,
6. weitere Klassifikationen (zum Beispiel Gleason-Score),
7. Grading,

8. Anzahl der untersuchten und befallenen Lymphknoten,
9. Rezeptorstatus,
10. Menopausenstatus,
11. Metastasen bei Diagnosestellung,
12. Tumoridentifikator.

Es sind die jeweils aktuellen Versionen der genannten Klassifikationen zu verwenden. Ältere Versionen sind entsprechend zu kennzeichnen.

(3) Weitere Angaben zur Therapie sind jeweils in Abhängigkeit von der Tumorart

1. Therapieart und -detail,
2. Start der Therapie,
3. Ende der Therapie,
4. OPS-Schlüssel,
5. Abbruch der Therapie,
6. therapiebezogene R-Klassifikation,
7. Teil einer multimodalen Therapie,
8. Tumoridentifikator.

(4) Weitere Angaben zum Verlauf sind jeweils in Abhängigkeit von der Tumorart

1. Untersuchungsdatum,
2. Tumorgeschehen,
3. Anatomische Ausbreitung nach TNM-Klassifikation,
4. Metastasen (jeweils mit Lokalisation und Diagnose-monat und -jahr),
5. Tumoridentifikator.

(5) Weitere Angaben zum abschließenden Verlauf sind

1. Abschlussgrund,
2. tumorbedingter Tod,
3. Tumoridentifikator,
4. Datum des letztbekannten Vitalstatus.

§ 3

Zeitpunkt der Meldung in der Behandlungsabfolge

Der früheste Zeitpunkt der Meldung in der Behandlungsabfolge wird wie folgt festgelegt:

1. Diagnosedatensatz

Der Diagnosedatensatz soll gemeldet werden, wenn die Diagnose hinreichend klinisch oder histologisch gesichert ist.

2. Therapiedatensatz

Der Therapiedatensatz soll gemeldet werden

- a) nach Abschluss einer Therapie (Ausnahme: Langzeittherapie),
- b) wenn die Therapie begonnen und das Therapieende nicht absehbar ist (Langzeittherapie).

3. Verlaufsdatensatz

Der Verlaufsdatensatz soll gemeldet werden

- a) nach jeder Nachsorgeuntersuchung, auch bei Fortbestehen einer Vollremission,
- b) nach Erhalt einer neuen Nachsorgeinformation (zum Beispiel aus externem Arztbrief),
- c) der abschließende Verlaufsdatensatz soll gemeldet werden nach dem Tod des Patienten/der Patientin in der meldenden Einrichtung oder wenn der Patient nicht mehr auffindbar ist (lost to follow-up).

§ 4

Inkrafttreten

Diese Verordnung tritt am Tag nach ihrer Verkündung in Kraft.

STUTTGART, den 20. März 2009

DR. STOLZ

**Bekanntmachung
des Regierungspräsidiums Karlsruhe
über das Erlöschen der Zuständigkeit
der Stadt Bad Wildbad als
untere Baurechtsbehörde für
die Stadt Bad Wildbad sowie
über die Zuständigkeit der
Stadt Bad Wildbad als untere
Baurechtsbehörde für die vereinbarte
Verwaltungsgemeinschaft »Oberes Enztal«,
beschränkt auf das Gebiet der
Mitgliedsgemeinden Bad Wildbad
und Enzklösterle**

Vom 25. Februar 2009

Die Stadt Bad Wildbad hat gegenüber dem Regierungspräsidium Karlsruhe als höhere Baurechtsbehörde gemäß § 46 Abs. 4 S. 1 Landesbauordnung Baden-Württemberg den Verzicht auf die ihr bisher übertragene Zuständigkeit als untere Baurechtsbehörde für die Stadt Bad Wildbad erklärt.

Diese Zuständigkeit erlischt mit Ablauf des auf diese Bekanntmachung folgenden Monats.

Auf Antrag der Stadt Bad Wildbad als erfüllende Gemeinde der vereinbarten Verwaltungsgemeinschaft »Oberes Enztal« hat das Regierungspräsidium Karlsruhe als höhere Baurechtsbehörde gemäß § 46 Abs. 2 S. 1 Landesbauordnung Baden-Württemberg festgestellt, dass die Stadt Bad Wildbad für die vereinbarte Verwaltungsge-

meinschaft »Oberes Enztal«, beschränkt auf das Gebiet der Mitgliedsgemeinden Bad Wildbad und Enzklösterle, die Voraussetzungen des § 46 Abs. 5 Landesbauordnung Baden-Württemberg erfüllt.

Die Stadt Bad Wildbad ist mit Beginn des übernächsten Monats nach Bekanntmachung dieser Erklärung untere

Baurechtsbehörde der vereinbarten Verwaltungsgemeinschaft »Oberes Enztal« für das Gebiet der Gemeinden Bad Wildbad und Enzklösterle.

KARLSRUHE, den 25. Februar 2009

DR. KÜHNER

HERAUSGEBER

Staatsministerium Baden-Württemberg,
Richard-Wagner-Straße 15, 70184 Stuttgart.

SCHRIFTLEITUNG

Staatsministerium, Amtsrat Alfred Horn
Fernruf (07 11) 21 53-302.

VERTRIEB

Staatsanzeiger für Baden-Württemberg GmbH,
Postfach 10 43 63, 70038 Stuttgart.

DRUCKEREI

Offizin Chr. Scheufele in Stuttgart.

BEZUGSBEDINGUNGEN

Laufender Bezug durch den Vertrieb, jährlich 50 Euro. Mehrwertsteuer wird nicht erhoben. Der Bezug kann zwei Monate vor dem 31. Dezember eines jeden Jahres gekündigt werden.

VERKAUF VON EINZELAUSGABEN

Einzelausgaben werden durch die Versandstelle des Gesetzblattes, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg GmbH, Postfach 10 43 63, 70038 Stuttgart (Breitscheidstraße 69, 70176 Stuttgart), Fernruf (07 11) 6 66 01-43, Telefax (07 11) 6 66 01-34, abgegeben. Der Preis dieser Ausgabe beträgt 5,80 Euro (einschließlich Porto und Versandkosten). Mehrwertsteuer wird nicht erhoben.
