



Dokumente

## — Zehnter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) vom 19. Dezember 2007 (Auszug)

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 Neunten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 31. Juli bis 10. Oktober 2006, wird wie folgt geändert:

1. Die Überschrift wird wie folgt neu gefasst:  
»Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV –).«
2. Das Inhaltsverzeichnis wird wie folgt geändert:
  - a) Es wird folgender neuer § 8a eingefügt:  
»§ 8a Gewinnspiele«,
  - b) Es wird folgender neuer § 9b eingefügt:  
»§ 9b Verbraucherschutz«,
  - c) Es wird folgender neuer § 19a eingefügt:  
»§ 19a Digitalisierung«,
  - d) Der bisherige 1. Unterabschnitt des III. Abschnittes wird wie folgt neu gefasst:  
»1. Unterabschnitt  
Grundsätze«
  - e) Es wird folgender neuer § 20a eingefügt:  
»§ 20a Erteilung einer Zulassung für Veranstalter von bundesweit verbreitetem Rundfunk.«
  - f) Nach § 20a wird folgender neuer 2. Unterabschnitt eingefügt:  
»2. Unterabschnitt  
Verfahrensrechtliche Vorschriften.«
  - g) Der bisherige 2. Unterabschnitt des III. Abschnittes wird der neue 3. Unterabschnitt.
  - h) Der bisherige 3. Unterabschnitt des III. Abschnittes wird der neue 4. Unterabschnitt und wie folgt neu gefasst:  
»4. Unterabschnitt  
Organisation der Medienaufsicht, Finanzierung  
§ 35 Organisation  
§ 36 Zuständigkeit, Aufgaben  
§ 37 Verfahren bei Zulassung, Zuweisung  
§ 38 Anzeige, Aufsicht, Rücknahme, Widerruf

- § 39 Anwendungsbereich
- § 39a Zusammenarbeit
- § 40 Finanzierung besonderer Aufgaben«.ol style="list-style-type: none;">- i) Die bisherigen 4. bis 6. Unterabschnitte des III. Abschnittes werden die neuen 5. bis 7. Unterabschnitte.
- j) Der V. Abschnitt wird wie folgt neu gefasst:  
»V. Abschnitt  
Plattformen, Übertragungskapazitäten  
§ 50 Grundsatz  
§ 51 Zuordnung von drahtlosen Übertragungskapazitäten  
§ 51a Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter durch die zuständige Landesmedienanstalt  
§ 51b Weiterverbreitung  
§ 52 Plattformen  
§ 52a Regelungen für Plattformen  
§ 52b Belegung von Plattformen  
§ 52c Technische Zugangsfreiheit  
§ 52d Entgelte, Tarife  
§ 52e Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation  
§ 52f Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt  
§ 53 Satzungen, Richtlinien  
§ 53a Überprüfungsklausel  
§ 53b Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Plattformen.«
- k) § 58 wird wie folgt neu gefasst:  
»§ 58 Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele.«

3. In § 2 Abs. 2 Nr. 9 wird der Punkt durch ein Komma ersetzt und werden folgende neue Nummern 10 und 11 angefügt:  
»10. Anbieter einer Plattform, wer auf digitalen Übertragungskapazitäten oder digitalen Datenströmen Rundfunk und vergleichbare Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) auch von Dritten mit dem Ziel zusammenfasst, diese Angebote als Gesamtangebot zugänglich zu machen oder wer über die Auswahl für die Zusammenfassung entscheidet; Plattformanbieter ist nicht, wer Rundfunk oder vergleichbare Telemedien ausschließlich vermarktet,  
11. Rundfunkveranstalter, wer ein Rundfunkprogramm unter eigener inhaltlicher Verantwortung anbietet.«

4. Es wird folgender neuer § 8a eingefügt:

#### »§ 8a

##### Gewinnspiele

- (1) Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele sind zulässig. Sie unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. Insbesondere ist im Programm über die Kosten der Teilnahme, die Teilnahmeberechtigung, die Spielgestaltung sowie über die Auflösung der gestellten Aufgabe zu informieren. Die Belange des Jugendschutzes sind zu wahren. Für die Teilnahme darf nur ein Entgelt bis zu 0,50 Euro verlangt werden; § 13 Abs. 1 Satz 3 bleibt unberührt.
- (2) Der Veranstalter hat der für die Aufsicht zuständigen Stelle auf Verlangen alle Unterlagen vorzulegen und Auskünfte zu erteilen, die zur Überprüfung der ordnungsgemäßen Durchführung der Gewinnspiele erforderlich sind.«

5. Es wird folgender neuer § 9b eingefügt:

#### »§ 9b

##### **Verbraucherschutz**

Mit Ausnahme der §§ 2, 9 und 12 gelten die Regelungen des EG-Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetzes hinsichtlich der Bestimmungen dieses Staatsvertrages zur Umsetzung der Artikel 10 bis 21 der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (ABl. L 298 vom 17. Oktober 1989, S. 23), zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 202 vom 30. Juli 1997, S. 60), bei innergemeinschaftlichen Verstößen entsprechend.«

6. In § 16 Abs. 4 werden die Worte »Pflichthinweise im Sinne des Heilmittelwerbegesetzes« ersetzt durch die Worte »gesetzliche Pflichthinweise« und die Worte »im Sinne der Absätze 1 bis 3« gestrichen.

7. § 16a wird wie folgt geändert:

a) Satz 1 wird wie folgt neu gefasst:

»Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF erlassen Richtlinien zur Durchführung der §§ 7, 8, 8a, 15 und 16; in der Richtlinie zu § 8a sind insbesondere die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen.«

b) Es wird folgender neuer Satz 3 angefügt:

»Sätze 1 und 2 gelten für Richtlinien des Deutschlandradios zu § 8a entsprechend.«

8. Es wird folgender neuer § 19a eingefügt:

#### »§ 19a

##### **Digitalisierung**

Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio können ihrem gesetzlichen Auftrag durch Nutzung aller Übertragungswege nachkommen. Sie sind berechtigt, zu angemessenen Bedingungen die analoge terrestrische Versorgung schrittweise einzustellen, um Zug um Zug den Ausbau und die Zuweisung digitaler terrestrischer Übertragungskapazitäten zu ermöglichen. Die analoge terrestrische Fernsehversorgung kann auch dann eingestellt werden, wenn der Empfang der Programme über einen anderen Übertragungsweg gewährleistet ist.«

9. Die Überschrift des 1. Unterabschnittes des III. Abschnittes wird wie folgt neu gefasst:

»1. Unterabschnitt

Grundsätze«

10. § 20 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 wird wie folgt neu gefasst:

»(1) Private Veranstalter bedürfen zur Veranstaltung von Rundfunk einer Zulassung. Unbeschadet der Bestimmungen der §§ 21 bis 39a richtet sich die Zulassung eines Veranstalters von bundesweit verbreitetem Rundfunk nach § 20a; im Übrigen richtet sich die Zulassung nach Landesrecht. In der Zulassung für Veranstalter bundesweit verbreiteter Programme ist die Programmkategorie (Voll- oder Spartenprogramm) festzulegen.«

b) Absatz 2 wird wie folgt geändert:

aa) In Satz 1 werden die Worte »nach Landesrecht« gestrichen.

bb) In Satz 2 werden die Worte »im Einvernehmen mit allen Landesmedienanstalten« gestrichen.

11. Es wird folgender neuer § 20a eingefügt:

#### »§ 20a

##### **Erteilung einer Zulassung für Veranstalter von bundesweit verbreitetem Rundfunk**

(1) Eine Zulassung darf nur an eine natürliche oder juristische Person erteilt werden, die

1. unbeschränkt geschäftsfähig ist,

2. die Fähigkeit, öffentliche Ämter zu bekleiden, nicht durch Richterspruch verloren hat,

3. das Grundrecht der freien Meinungsäußerung nicht nach Artikel 18 des Grundgesetzes verletzt hat,

4. als Vereinigung nicht verboten ist,

5. ihren Wohnsitz oder Sitz in der Bundesrepublik Deutschland, einem sonstigen Mitgliedstaat der Europäischen Union oder einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum hat und gerichtlich verfolgt werden kann,

6. die Gewähr dafür bietet, dass sie unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften und der auf dieser Grundlage erlassenen Verwaltungsakte Rundfunk veranstaltet.

(2) Die Voraussetzungen nach Absatz 1 Nr. 1 bis 3 und 6 müssen bei juristischen Personen von den gesetzlichen oder satzungsmäßigen Vertretern erfüllt sein. Einem Veranstalter in der Rechtsform einer Aktiengesellschaft darf nur dann eine Zulassung erteilt werden, wenn in der Satzung der Aktiengesellschaft bestimmt ist, dass die Aktien nur als Namensaktien oder als Namensaktien und stimmrechtslose Vorzugsaktien ausgegeben werden dürfen.

(3) Eine Zulassung darf nicht erteilt werden an juristische Personen des öffentlichen Rechts mit Ausnahme von Kirchen und Hochschulen, an deren gesetzliche Vertreter und leitende Bedienstete sowie an politische Parteien und Wählervereinigungen. Gleiches gilt für Unternehmen, die im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens im Sinne des § 15 des Aktiengesetzes zu den in Satz 1 Genannten stehen. Die Sätze 1 und 2 gelten für ausländische öffentliche oder staatliche Stellen entsprechend.«

12. Nach § 20a wird folgende neue Überschrift eingefügt:

»2. Unterabschnitt

Verfahrensrechtliche Vorschriften.«

13. Der bisherige 2. Unterabschnitt des III. Abschnittes wird der neue 3. Unterabschnitt.

14. In § 26 Abs. 4 Satz 1 wird die Verweisung auf »§ 35 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1« ersetzt durch die Verweisung auf »§ 35 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3«.

15. In § 31 Abs. 2 Satz 4 werden die Worte »unter den Voraussetzungen des § 36 Abs. 2« gestrichen.

16. Der bisherige 3. Unterabschnitt des III. Abschnittes wird der neue 4. Unterabschnitt und wie folgt neu gefasst:

»4. Unterabschnitt

Organisation der Medienaufsicht, Finanzierung

#### § 35

##### **Organisation**

(1) Die Aufgaben nach § 36 obliegen der zuständigen Landesmedienanstalt. Sie trifft entsprechend den Bestimmungen dieses Staatsvertrages die jeweiligen Entscheidungen.

(2) Zur Erfüllung der Aufgaben nach Absatz 1 und nach den Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages bestehen:

1. Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK),
2. die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK),
3. die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und
4. die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

Diese dienen der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt als Organe bei der Erfüllung ihrer Aufgaben nach § 36.

(3) Die Landesmedienanstalten entsenden jeweils den nach Landesrecht bestimmten gesetzlichen Vertreter in die ZAK; eine Vertretung im Fall der Verhinderung ist durch den ständigen Vertreter zulässig. Die Tätigkeit der Mitglieder der ZAK ist unentgeltlich.

(4) Die GVK setzt sich zusammen aus dem jeweiligen Vorsitzenden des plural besetzten Beschlussgremiums der Landesmedienanstalten; eine Vertretung im Fall der Verhinderung durch den stellvertretenden Vorsitzenden ist zulässig. Die Tätigkeit der Mitglieder der GVK ist unentgeltlich.

(5) Die KEK besteht aus

1. sechs Sachverständigen des Rundfunk- und des Wirtschaftsrechts, von denen drei die Befähigung zum Richteramt haben müssen, und
2. sechs nach Landesrecht bestimmten gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten.

Die Mitglieder nach Satz 1 Nr. 1 der KEK und zwei Ersatzmitglieder für den Fall der Verhinderung eines dieser Mitglieder werden von den Ministerpräsidenten der Länder für die Dauer von fünf Jahren einvernehmlich berufen. Von der Mitgliedschaft nach Satz 2 ausgeschlossen sind Mitglieder und Bedienstete der Institutionen der Europäischen Union, der Verfassungsorgane des Bundes und der Länder, Gremienmitglieder und Bedienstete von Landesrundfunkanstalten der ARD, des ZDF, des Deutschlandradios, des Europäischen Fernsehkanals »Arte«, der Landesmedienanstalten, der privaten Rundfunkveranstalter und Plattformanbieter sowie Bedienstete von an ihnen unmittelbar oder mittelbar im Sinne von § 28 beteiligten Unternehmen. Scheidet ein Mitglied nach Satz 2 aus, berufen die Ministerpräsidenten der Länder einvernehmlich ein Ersatzmitglied oder einen anderen Sachverständigen für den Rest der Amtsdauer als Mitglied; entsprechendes gilt, wenn ein Ersatzmitglied ausscheidet. Die Mitglieder nach Satz 2 erhalten für ihre Tätigkeit eine angemessene Vergütung und Ersatz ihrer notwendigen Auslagen. Das Vorsitzland der Rundfunkkommission schließt die Verträge mit diesen Mitgliedern. Der Vorsitzende der KEK und sein Stellvertreter sind aus der Gruppe der Mitglieder nach Satz 1 Nr. 1 zu wählen. Die sechs Vertreter der Landesmedienanstalten und zwei Ersatzmitglieder für den Fall der Verhinderung eines dieser Vertreter werden durch die Landesmedienanstalten für die Amtszeit der KEK gewählt.

(6) Ein Vertreter der Landesmedienanstalten darf nicht zugleich der KEK und der KJM angehören; Ersatzmitgliedschaft oder stellvertretende Mitgliedschaft sind zulässig.

(7) Die Landesmedienanstalten bilden für die Organe nach Absatz 2 eine gemeinsame Geschäftsstelle; unbeschadet dessen verbleiben bis zum 31. August 2013 die Geschäftsstelle der KJM in Erfurt und der KEK in Potsdam.

(8) Die Mitglieder der ZAK, der GVK und der KEK sind bei der Erfüllung ihrer Aufgaben nach diesem Staatsvertrag an Weisungen nicht gebunden. § 24 gilt für die Mitglieder der ZAK

und GVK entsprechend. Die Verschwiegenheitspflicht nach § 24 gilt auch im Verhältnis der Mitglieder der Organe nach Absatz 2 zu anderen Organen der Landesmedienanstalten.

(9) Die Organe nach Absatz 2 fassen ihre Beschlüsse mit der Mehrheit ihrer gesetzlichen Mitglieder. Bei Beschlüssen der KEK entscheidet im Fall der Stimmengleichheit die Stimme des Vorsitzenden, bei seiner Verhinderung die Stimme des stellvertretenden Vorsitzenden. Die Beschlüsse sind zu begründen. In der Begründung sind die wesentlichen tatsächlichen und rechtlichen Gründe mitzuteilen. Die Beschlüsse sind gegenüber den anderen Organen der zuständigen Landesmedienanstalt bindend. Die zuständige Landesmedienanstalt hat die Beschlüsse im Rahmen der von den Organen nach Absatz 2 Satz 1 gesetzten Fristen zu vollziehen.

(10) Die Landesmedienanstalten stellen den Organen nach Absatz 2 die notwendigen personellen und sachlichen Mittel zur Verfügung. Die Organe erstellen jeweils einen Wirtschaftsplan nach den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit. Die Kosten für die Organe nach Absatz 2 werden aus dem Anteil der Landesmedienanstalten nach § 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages gedeckt. Näheres regeln die Landesmedienanstalten durch übereinstimmende Satzungen.

(11) Von den Verfahrensbeteiligten sind durch die zuständigen Landesmedienanstalten Kosten in angemessenem Umfang zu erheben. Näheres regeln die Landesmedienanstalten durch übereinstimmende Satzungen.

## § 36

### Zuständigkeiten, Aufgaben

(1) Zuständig ist in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 1, 3, 4 und 8 die Landesmedienanstalt, bei der der entsprechende Antrag oder die Anzeige eingeht. Sind nach Satz 1 mehrere Landesmedienanstalten zuständig, entscheidet die Landesmedienanstalt, die zuerst mit der Sache befasst worden ist. Zuständig in den Fällen des Absatzes 2 Satz 1 Nr. 5 bis 7 und 9 sowie in den Fällen der Rücknahme oder des Widerrufs der Zulassung oder der Zuweisung ist die Landesmedienanstalt, die dem Veranstalter die Zulassung erteilt, die Zuweisung vorgenommen oder die Anzeige entgegengenommen hat.

(2) Die ZAK ist für folgende Aufgaben zuständig:

1. Zulassung, Rücknahme oder Widerruf der Zulassung bundesweiter Veranstalter nach §§ 20a, 38 Abs. 3 Nr. 1 und Abs. 4 Nr. 1,
2. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 51 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 und 3,
3. Zuweisung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe und deren Rücknahme oder Widerruf nach §§ 51a und 38 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 2, soweit die GVK nicht nach Absatz 3 zuständig ist,
4. Anzeige des Plattformbetriebs nach § 52,
5. Aufsicht über Plattformen nach § 51b Abs. 1 und 2 sowie §§ 52a bis f, soweit nicht die GVK nach Absatz 3 zuständig ist,
6. Feststellung des Vorliegens der Voraussetzungen für Regionalfensterprogramme nach § 25 Abs. 4 Satz 1 und für Sendezeit für Dritte nach § 31 Abs. 2 Satz 4,
7. Aufsichtsmaßnahmen gegenüber privaten bundesweiten Veranstaltern, soweit nicht die KEK nach Absatz 4 zuständig ist,
8. Entscheidungen über die Zulassungspflicht nach § 20 Abs. 2; diese Entscheidungen trifft sie einvernehmlich,
9. Befassung mit Anzeigen nach § 38 Abs. 1.

Die ZAK kann Prüfausschüsse für die Aufgaben nach Satz 1 Nr. 7 einrichten. Die Prüfausschüsse entscheiden jeweils bei

Einstimmigkeit anstelle der ZAK. Zu Beginn der Amtsperiode der ZAK wird die Verteilung der Verfahren von der ZAK festgelegt. Das Nähere ist in der Geschäftsordnung der ZAK festzulegen.

(3) Die GVK ist zuständig für Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten nach § 51a Abs. 4 und für die Entscheidung über die Belegung von Plattformen nach § 52b Abs 4 Satz 4 und 6. Die ZAK unterrichtet die GVK fortlaufend über ihre Tätigkeit. Sie bezieht die GVK in grundsätzlichen Angelegenheiten, insbesondere bei der Erstellung von Satzungen und Richtlinienentwürfen, ein.

(4) Die KEK ist zuständig für die abschließende Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt im Zusammenhang mit der bundesweiten Veranstaltung von Fernsehprogrammen. Sie ist im Rahmen des Satzes 1 insbesondere zuständig für die Prüfung solcher Fragen bei der Entscheidung über eine Zulassung oder Änderung einer Zulassung, bei der Bestätigung von Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen als unbedenklich und bei Maßnahmen nach § 26 Abs. 4. Die KEK ermittelt die den Unternehmen jeweils zurechenbaren Zuschaueranteile.

(5) Die Auswahl und Zulassung von Regionalfensterprogrammveranstaltern nach § 25 Abs. 4 und Fensterprogrammveranstaltern nach § 31 Abs. 4 sowie die Aufsicht über diese Programme obliegen dem für die Zulassung nicht bundesweiter Angebote zuständigen Organ der zuständigen Landesmedienanstalt. Bei Auswahl und Zulassung der Veranstalter nach Satz 1 ist zuvor das Benehmen mit der KEK herzustellen.

(6) § 47 Abs. 3 Satz 1 bleibt unberührt.

### § 37

#### Verfahren bei Zulassung, Zuweisung

(1) Geht ein Antrag nach § 36 Abs. 2 Nr. 1, 3, 4, 8 oder 9 bei der zuständigen Landesmedienanstalt ein, legt der nach Landesrecht bestimmte gesetzliche Vertreter unverzüglich den Antrag sowie die vorhandenen Unterlagen der ZAK und in den Fällen des § 36 Abs. 2 Nr. 1 zusätzlich der KEK vor.

(2) Kann nicht allen Anträgen nach § 36 Abs. 2 Nr. 3 entsprochen werden, entscheidet die GVK.

(3) Absatz 1 gilt entsprechend für die Beurteilung von Fragestellungen der Sicherung von Meinungsvielfalt durch die KEK im Rahmen ihrer Zuständigkeit in anderen Fällen als dem der Zulassung eines bundesweiten privaten Veranstalters.

(4) Den Kommissionen nach § 35 Abs. 2 stehen die Verfahrensrechte nach den §§ 21 und 22 zu.

(5) Bei Rechtsmitteln gegen Entscheidungen nach den §§ 35 und 36 findet ein Vorverfahren nach § 68 Abs. 1 der Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) nicht statt.

### § 38

#### Anzeige, Aufsicht, Rücknahme, Widerruf

(1) Jede Landesmedienanstalt kann gegenüber der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen, dass ein bundesweit verbreitetes Programm gegen die sonstigen Bestimmungen dieses Staatsvertrages verstößt. Die zuständige Landesmedienanstalt ist verpflichtet, sich durch die ZAK mit der Anzeige zu befassen.

(2) Stellt die zuständige Landesmedienanstalt fest, dass ein Anbieter gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages verstoßen hat, trifft sie die erforderlichen Maßnahmen. Maßnahmen sind insbesondere Beanstandung, Untersagung, Rücknahme und Widerruf. Die Bestimmungen des Jugendschutz-Staatsvertrages bleiben unberührt.

(3) Die Zulassung nach § 20a oder die Zuweisung nach § 51a werden jeweils zurückgenommen, wenn

1. bei der Zulassung eine Zulassungsvoraussetzung gemäß § 20a Abs. 1 oder 2 nicht gegeben war oder eine Zulassungsbeschränkung gemäß § 20a Abs. 3 nicht berücksichtigt wurde oder

2. bei der Zuweisung die Vorgaben gemäß § 51a Abs. 4 nicht berücksichtigt wurden und innerhalb eines von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten Zeitraums keine Abhilfe erfolgt.

(4) Zulassung und Zuweisung werden jeweils widerrufen, wenn

1. im Fall der Zulassung

a) nachträglich eine Zulassungsvoraussetzung gemäß § 20a Abs. 1 oder 2 entfällt oder eine Zulassungsbeschränkung gemäß § 20a Abs. 3 eintritt und innerhalb des von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten angemessenen Zeitraums keine Abhilfe erfolgt oder

b) der Rundfunkveranstalter gegen seine Verpflichtungen aufgrund dieses Staatsvertrages oder des Jugendschutz-Staatsvertrages wiederholt schwerwiegend verstoßen und die Anweisungen der zuständigen Landesmedienanstalt innerhalb des von ihr bestimmten Zeitraums nicht befolgt hat;

2. im Fall der Zuweisung

a) nachträglich wesentliche Veränderungen des Angebots eingetreten und vom Anbieter zu vertreten sind, nach denen das Angebot den Anforderungen des § 51a Abs. 4 nicht mehr genügt und innerhalb des von der zuständigen Landesmedienanstalt bestimmten Zeitraums keine Abhilfe erfolgt oder

b) das Angebot aus Gründen, die vom Anbieter zu vertreten sind, innerhalb des dafür vorgesehenen Zeitraums nicht oder nicht mit der festgesetzten Dauer begonnen oder fortgesetzt wird.

(5) Der Anbieter wird für einen Vermögensnachteil, der durch die Rücknahme oder den Widerruf nach den Absätzen 3 oder 4 eintritt, nicht entschädigt. Im Übrigen gilt für die Rücknahme und den Widerruf das Verwaltungsverfahrensgesetz des Sitzlandes der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt.

### § 39

#### Anwendungsbereich

Die §§ 20a bis 38 gelten nur für bundesweite Angebote. Eine abweichende Regelung durch Landesrecht ist nicht zulässig. Die Entscheidungen der KEK sind den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten nach diesem Staatsvertrag und durch die zuständige Landesmedienanstalt auch bei der Entscheidung über die Zuweisung von Übertragungskapazitäten nach Landesrecht zugrunde zu legen.

### § 39a

#### Zusammenarbeit

(1) Die Landesmedienanstalten arbeiten im Rahmen der Erfüllung ihrer Aufgaben mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und mit dem Bundeskartellamt zusammen. Die Landesmedienanstalten haben auf Anfrage von der Regulierungsbehörde für Telekommunikation oder des Bundeskartellamtes Erkenntnisse zu übermitteln, die für die Erfüllung von deren Aufgaben erforderlich sind.

(2) Absatz 1 gilt für Bundeskartellbehörden entsprechend.

### § 40

#### Finanzierung besonderer Aufgaben

(1) Der in § 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages bestimmte Anteil kann für die Finanzierung folgender Aufgaben verwendet werden:

1. Zulassungs- und Aufsichtsfunktionen der Landesmedienanstalten einschließlich hierfür notwendiger planerischer, insbesondere technischer Vorarbeiten,
  2. die Förderung offener Kanäle.
- Mittel aus dem Anteil nach Satz 1 können bis zum 31. Dezember 2010 aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber auch für die Förderung von landesrechtlich gebotener technischer Infrastruktur zur Versorgung des Landes und zur Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken verwendet werden. Die Förderung von Projekten für neuartige Rundfunkübertragungstechniken soll zeitlich befristet werden. Formen der nichtkommerziellen Veranstaltung von lokalem und regionalem Rundfunk und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz können aus dem Anteil nach Satz 1 aufgrund besonderer Ermächtigung durch den Landesgesetzgeber gefördert werden.
- (2) Das Recht des Landesgesetzgebers, der Landesmedienanstalt nur einen Teil des Anteils nach Absatz 1 zuzuweisen, bleibt unberührt.
- (3) Soweit der Anteil nach Absatz 1 nicht in Anspruch genommen wird, steht er den jeweiligen Landesrundfunkanstalten zu. Eine landesgesetzliche Zweckbestimmung ist zulässig.«
17. In § 45 Abs. 3 werden die Worte »Pflichthinweise im Sinne des Heilmittelwerbegesetzes« ersetzt durch die Worte »gesetzliche Pflichthinweise« und die Worte »im Sinne der Absätze 1 und 2« gestrichen.
18. In § 45b Satz 1 wird die Verweisung auf »§§ 7, 8, 44, 45 und 45a« ersetzt durch die Verweisung auf »§§ 7, 8, 8a, 44, 45 und 45a«
19. § 46 Satz 1 wird wie folgt neu gefasst:  
 »Die Landesmedienanstalten erlassen gemeinsame Satzungen oder Richtlinien zur Durchführung der §§ 7, 8, 8a, 44, 45, 45a und 45b; in der Satzung oder Richtlinie zu § 8a sind insbesondere die Ahndung von Verstößen und die Bedingungen zur Teilnahme Minderjähriger näher zu bestimmen.«
20. Die bisherigen 4. bis 6. Unterabschnitte des III. Abschnitts werden die neuen 5. bis 7. Unterabschnitte.
21. § 49 wird wie folgt geändert:  
 a) Absatz 1 Satz 2 wird wie folgt geändert:  
 aa) Die Nummern 5 und 6 werden durch folgende neue Nummern 5 bis 12 ersetzt:  
 »5. einer Satzung nach § 46 Satz 1 in Verbindung mit § 8a zuwiderhandelt, soweit die Satzung für einen bestimmten Tatbestand auf diese Bußgeldvorschrift verweist,  
 6. entgegen § 51b Abs. 2 Satz 1 oder 3 die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt und die Anzeige nicht durch den Plattformanbieter vorgenommen wurde,  
 7. entgegen § 52 Abs. 3 Satz 1 oder 2 den Betrieb einer Plattform mit Rundfunk und vergleichbaren Telemedien nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt,  
 8. entgegen § 52a Abs. 3 Satz 1 und 2 ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters dessen Programm und vergleichbare Telemedien inhaltlich und technisch verändert oder einzelne Rundfunkprogramme oder Inhalte in Programmpakete aufnimmt oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarktet,

9. entgegen § 52b Abs. 1 oder § 52b Abs. 2 Satz 2, 3 oder 4 die erforderlichen Übertragungskapazitäten für die zu verbreitenden Programme nicht oder in nicht ausreichendem Umfang oder nicht zu den vorgesehenen Bedingungen zur Verfügung stellt oder  
 entgegen § 52b Abs. 4 Satz 3 oder Satz 6 die Belegung oder die Änderung der Belegung von Plattformen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig anzeigt,
10. entgegen § 52c Abs. 1 Satz 2 durch die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 oder durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme oder durch sonstige technische Vorgaben zu § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 3 gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte Anbieter von Rundfunk oder vergleichbarer Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt, entgegen § 52c Abs. 2 Satz 1 oder 2 die Verwendung oder Änderung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach § 52c Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme oder die Entgelte hierfür nicht unverzüglich anzeigt oder  
 entgegen § 52c Abs. 2 Satz 3 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte nicht erteilt,
11. entgegen § 52d Satz 1 Anbieter von Programmen und vergleichbaren Telemedien durch die Ausgestaltung der Entgelte unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt oder  
 entgegen § 52d Satz 3 Entgelte und Tarife für Angebote nach § 52b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig offenlegt,
12. entgegen § 52e Abs. 1 Satz 1 der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen die erforderlichen Unterlagen nicht vorlegt,«  
 bb) Die bisherigen Nummern 7 bis 10 werden die neuen Nummern 13 bis 16.  
 b) In Absatz 2 wird die Verweisung auf »Absatz 1 Satz 2 Nr. 7 und 8« ersetzt durch die Verweisung »Absatz 1 Satz 2 Nr. 13 und 14« und die Verweisung auf »Absatz 1 Satz 2 Nr. 9 und 10« ersetzt durch die Verweisung auf »Absatz 1 Satz 2 Nr. 15 und 16«.  
 c) In Absatz 3 Satz 1 wird die Verweisung auf »Absatz 1 Satz 1 Nr. 18 bis 23« ergänzt um die Verweisung »und Satz 2 Nr. 13 bis 16«.

22. Der V. Abschnitt wird wie folgt neu gefasst:

»V. Abschnitt  
 Plattformen, Übertragungskapazitäten

## § 50

### Grundsatz

Die Entscheidung über die Zuordnung, Zuweisung und Nutzung der Übertragungskapazitäten, die zur Verbreitung von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) dienen, erfolgt nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des jeweiligen Landesrechts.

## § 51

### Zuordnung von drahtlosen Übertragungskapazitäten

(1) Über die Anmeldung bei der für Telekommunikation zuständigen Regulierungsbehörde für bundesweite Versorgungsbedarfe an nicht leitungsgebundenen (drahtlosen)

Übertragungskapazitäten entscheiden die Länder einstimmig. Für länderübergreifende Bedarfsanmeldungen gilt Satz 1 hinsichtlich der betroffenen Länder entsprechend.

(2) Über die Zuordnung von Übertragungskapazitäten für bundesweite Versorgungsbedarfe an die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio oder die Landesmedienanstalten entscheiden die Ministerpräsidenten der Länder durch einstimmigen Beschluss.

(3) Für die Zuordnung gelten insbesondere die folgenden Grundsätze:

1. Zur Verfügung stehende freie Übertragungskapazitäten sind den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF oder dem Deutschlandradio und den Landesmedienanstalten bekannt zu machen;
2. reichen die Übertragungskapazitäten für den geltend gemachten Bedarf aus, sind diese entsprechend zuzuordnen;
3. reichen die Übertragungskapazitäten für den geltend gemachten Bedarf nicht aus, wirken die Ministerpräsidenten auf eine Verständigung zwischen den Beteiligten hin; Beteiligte sind für private Anbieter die Landesmedienanstalten;
4. kommt eine Verständigung zwischen den Beteiligten nicht zu Stande, entscheiden die Ministerpräsidenten, welche Zuordnung unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Übertragungskapazität sowie unter Berücksichtigung des Gesamtangebots die größtmögliche Vielfalt des Angebotes sichert; dabei sind insbesondere folgende Kriterien zu berücksichtigen:

- a) Sicherung der Grundversorgung mit Rundfunk und Teilhabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an neuen Techniken und Programmformen,
- b) Belange des privaten Rundfunks und der Anbieter von Telemedien.

Die Zuordnung der Übertragungskapazität erfolgt für die Dauer von längstens 20 Jahren.

(4) Der Vorsitzende der Ministerpräsidentenkonferenz ordnet die Übertragungskapazität gemäß der Entscheidung der Ministerpräsidenten nach Absatz 2 zu.

(5) Wird eine zugeordnete Übertragungskapazität nach Ablauf von 18 Monaten nach Zugang der Zuordnungsentscheidung nicht für die Realisierung des Versorgungsbedarfs genutzt, kann die Zuordnungsentscheidung durch Beschluss der Ministerpräsidenten widerrufen werden; eine Entschädigung wird nicht gewährt. Auf Antrag des Zuordnungsempfängers kann die Frist durch Entscheidung der Ministerpräsidenten verlängert werden.

(6) Die Ministerpräsidenten vereinbaren zur Durchführung der Absätze 2 bis 5 Verfahrensregelungen.

#### § 51a

**Zuweisung von drahtlosen Übertragungskapazitäten an private Anbieter durch die zuständige Landesmedienanstalt**

(1) Übertragungskapazitäten für drahtlose bundesweite Versorgungsbedarfe privater Anbieter können Rundfunkveranstaltern, Anbietern von vergleichbaren Telemedien oder Plattformanbietern durch die zuständige Landesmedienanstalt zugewiesen werden.

(2) Werden den Landesmedienanstalten Übertragungskapazitäten zugeordnet, bestimmen sie unverzüglich Beginn und Ende einer Ausschlussfrist, innerhalb der schriftliche Anträge auf Zuweisung von Übertragungskapazitäten gestellt werden können. Beginn und Ende der Antragsfrist, das Verfahren und die wesentlichen Anforderungen an die Antragstellung, insbesondere wie den Anforderungen dieses Staatsvertra-

ges zur Sicherung der Meinungsvielfalt genügt werden kann, sind von den Landesmedienanstalten zu bestimmen und in geeigneter Weise zu veröffentlichen (Ausschreibung).

(3) Kann nicht allen Anträgen auf Zuweisung von Übertragungskapazitäten entsprochen werden, wirkt die zuständige Landesmedienanstalt auf eine Verständigung zwischen den Antragstellern hin. Kommt eine Verständigung zustande, legt sie diese ihrer Entscheidung über die Aufteilung der Übertragungskapazitäten zu Grunde, wenn nach den vorgelegten Unterlagen erwartet werden kann, dass in der Gesamtheit der Angebote die Vielfalt der Meinungen zum Ausdruck kommt.

(4) Lässt sich innerhalb der von der zuständigen Landesmedienanstalt zu bestimmenden angemessenen Frist keine Einigung erzielen oder entspricht die vorgesehene Aufteilung voraussichtlich nicht dem Gebot der Meinungsvielfalt, weist die zuständige Landesmedienanstalt dem Antragssteller die Übertragungskapazität zu, der am ehesten erwarten lässt, dass sein Angebot

1. die Meinungsvielfalt fördert,
2. auch das öffentliche Geschehen, die politischen Ereignisse sowie das kulturelle Leben darstellt und
3. bedeutsame politische, weltanschauliche und gesellschaftliche Gruppen zu Wort kommen lässt.

In die Auswahlentscheidung ist ferner einzubeziehen, ob das Angebot wirtschaftlich tragfähig erscheint sowie Nutzerinteressen und -akzeptanz hinreichend berücksichtigt. Für den Fall, dass die Übertragungskapazität einem Anbieter einer Plattform zugewiesen werden soll, ist des Weiteren zu berücksichtigen, ob das betreffende Angebot den Zugang von Fernseh- und Hörfunkveranstaltern sowie Anbietern von vergleichbaren Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer zu angemessenen Bedingungen ermöglicht und den Zugang chancengleich und diskriminierungsfrei gewährt.

(5) Die Zuweisung von Übertragungskapazitäten erfolgt für die Dauer von zehn Jahren. Eine einmalige Verlängerung um zehn Jahre ist zulässig. Die Zuweisung ist sofort vollziehbar. Wird eine zugewiesene Übertragungskapazität nach Ablauf von zwölf Monaten nach Zugang der Zuweisungsentscheidung nicht genutzt, kann die zuständige Landesmedienanstalt die Zuweisungsentscheidung nach § 38 Abs. 4 Nr. 2 b widerrufen. Auf Antrag des Zuweisungsempfängers kann die Frist verlängert werden.

#### § 51b

**Weiterverbreitung**

(1) Die zeitgleiche und unveränderte Weiterverbreitung von bundesweit empfangbaren Fernsehprogrammen, die in Europa in rechtlich zulässiger Weise und entsprechend den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen veranstaltet werden, ist zulässig. Die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen kann unter Beachtung europäischer rundfunkrechtlicher Regelungen ausgesetzt werden.

(2) Veranstalter anderer als der in Absatz 1 genannten Fernsehprogramme haben die Weiterverbreitung mindestens einen Monat vor Beginn bei der Landesmedienanstalt anzuzeigen, in deren Geltungsbereich die Programme verbreitet werden sollen. Die Anzeige kann auch der Plattformbetreiber vornehmen. Die Anzeige muss die Nennung eines Programmverantwortlichen, eine Beschreibung des Programms und die Vorlage einer Zulassung oder eines vergleichbaren Dokuments beinhalten. Die Weiterverbreitung ist dem Betreiber der Plattform zu untersagen, wenn das Rundfunkprogramm nicht den Anforderungen des § 3 oder

des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages entspricht oder wenn der Veranstalter nach dem geltenden Recht des Ursprungslandes zur Veranstaltung von Rundfunk nicht befugt ist oder wenn das Programm nicht inhaltlich unverändert verbreitet wird.

(3) Landesrechtliche Regelungen zur analogen Kanalbelegung für Rundfunk sind zulässig, soweit sie zur Erreichung klar umrissener Ziele von allgemeinem Interesse erforderlich sind. Sie können insbesondere zur Sicherung einer pluralistischen, am Gebot der Meinungsvielfalt orientierten, Medienordnung getroffen werden. Einzelheiten, insbesondere die Rangfolge bei der Belegung der Kabelkanäle, regelt das Landesrecht.

### § 52 Plattformen

(1) Die nachstehenden Regelungen gelten für Plattformen auf allen technischen Übertragungskapazitäten. Mit Ausnahme der §§ 52a und f gelten sie nicht für Anbieter von

1. Plattformen in offenen Netzen (Internet, UMTS oder vergleichbare Netze), soweit sie dort über keine marktbeherrschende Stellung verfügen,
2. Plattformen, die sich auf die unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebotes beschränken, das den Vorgaben dieses Abschnitts entspricht,
3. drahtgebundenen Plattformen mit in der Regel weniger als 10.000 angeschlossenen Wohneinheiten oder
4. drahtlosen Plattformen mit in der Regel weniger als 20.000 Nutzern.

Die Landesmedienanstalten legen in den Satzungen und Richtlinien nach § 53 fest, welche Anbieter unter Berücksichtigung der regionalen und lokalen Verhältnisse den Regelungen nach Satz 2 unterfallen.

(2) Eine Plattform darf nur betreiben, wer den Anforderungen des § 20a Abs. 1 und 2 genügt.

(3) Private Anbieter, die eine Plattform mit Rundfunk und vergleichbaren Telemedien anbieten wollen, müssen dies mindestens einen Monat vor Inbetriebnahme der zuständigen Landesmedienanstalt anzeigen. Die Anzeige hat zu enthalten

1. Angaben entsprechend § 20a Abs. 1 und 2 und
2. die Darlegung, wie den Anforderungen der §§ 52a bis 52d entsprochen werden soll.

### § 52a Regelungen für Plattformen

(1) Für die Angebote in Plattformen gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.

(2) Plattformanbieter sind für eigene Programme und Dienste verantwortlich. Bei Verfügungen der Aufsichtsbehörden gegen Programme und Dienste Dritter, die über die Plattform verbreitet werden, sind diese zur Umsetzung dieser Verfügung verpflichtet. Sind Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen von Programmen und Diensten nach Satz 2 nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend, können Maßnahmen zur Verhinderung des Zugangs von Programmen und Diensten auch gegen den Plattformanbieter gerichtet werden, sofern eine Verhinderung technisch möglich und zumutbar ist.

(3) Der Anbieter einer Plattform darf ohne Zustimmung des jeweiligen Rundfunkveranstalters dessen Programme und vergleichbare Telemedien inhaltlich und technisch nicht verändern sowie einzelne Rundfunkprogramme oder Inhalte nicht in Programmpakete aufnehmen oder in anderer Weise entgeltlich oder unentgeltlich vermarkten. Technische Ver-

änderungen, die ausschließlich einer effizienten Kapazitätsnutzung dienen und die Einhaltung des vereinbarten Qualitätsstandards nicht beeinträchtigen, sind zulässig.

### § 52b Belegung von Plattformen

(1) Für Plattformen privater Anbieter mit Fernsehprogrammen gelten die nachfolgenden Bestimmungen:

1. Der Plattformanbieter hat innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Rundfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität sicherzustellen, dass

- a) die erforderlichen Kapazitäten für die für die bundesweite Verbreitung gesetzlich bestimmten gebührenfinanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich programmbegleitender Dienste, zur Verfügung stehen; die im Rahmen der Dritten Programme verbreiteten Landesfenster sind nur innerhalb der Länder zu verbreiten, für die sie gesetzlich bestimmt sind,
- b) die Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster gemäß § 25 enthalten, zur Verfügung stehen,
- c) die Kapazitäten für die im jeweiligen Land zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme sowie die Offenen Kanäle zur Verfügung stehen; die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt,
- d) die technischen Kapazitäten nach Buchstabe a bis c im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sind,

2. innerhalb einer weiteren technischen Kapazität im Umfang der Kapazität nach Nummer 1 trifft der Plattformanbieter die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen und Telemedien, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltern sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einbezieht sowie vergleichbare Telemedien angemessen berücksichtigt,

3. innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazitäten trifft er die Entscheidung über die Belegung allein nach Maßgabe der allgemeinen Gesetze.

Reicht die Kapazität zur Belegung nach Satz 1 nicht aus, sind die Grundsätze des Satzes 1 entsprechend der zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität anzuwenden; dabei haben die für das jeweilige Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten gebührenfinanzierten Programme und programmbegleitende Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Vorrang unbeschadet der angemessenen Berücksichtigung der Angebote nach Satz 1 Nr. 1 Buchst. b und c.

(2) Für Plattformen privater Anbieter mit Hörfunkprogrammen gelten die nachfolgenden Bestimmungen. Der Plattformanbieter hat sicherzustellen, dass

1. innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von höchstens einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Hörfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität die technischen Kapazitäten für die in dem jeweiligen Verbreitungsgebiet gesetzlich bestimmten gebührenfinanzierten Programme und programmbegleitenden Dienste des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Verfügung stehen,
2. innerhalb einer weiteren technischen Übertragungskapazität im Umfang nach Nummer 1 trifft der Plattformanbieter die Entscheidung über die Belegung mit in digitaler

Technik verbreiteten Hörfunkprogrammen und Telemedien, soweit er darin unter Einbeziehung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer ein vielfältiges Angebot und eine Vielfalt der Anbieter im jeweiligen Verbreitungsgebiet angemessen berücksichtigt,

3. innerhalb der darüber hinausgehenden technischen Kapazität trifft er die Entscheidung über die Belegung allein nach Maßgabe der allgemeinen Gesetze.

Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend. Werden Hörfunk- und Fernsehprogramme auf einer Plattform verbreitet, sind die Programme nach Satz 2 Nr. 1 im Rahmen der Kapazität nach Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 Buchst. a zu berücksichtigen.

(3) Der Plattformanbieter ist von den Anforderungen nach Absatz 1 und 2 befreit, soweit

1. der Anbieter der zuständigen Landesmedienanstalt nachweist, dass er selbst oder ein Dritter den Empfang der entsprechenden Angebote auf einem gleichartigen Übertragungsweg und demselben Endgerät unmittelbar und ohne zusätzlichen Aufwand ermöglicht, oder

2. das Gebot der Meinungsvielfalt bereits im Rahmen der Zuordnungs- oder Zuweisungsentscheidung nach den §§ 51 oder 51a berücksichtigt wurde.

(4) Die Entscheidung über die Belegung von Plattformen trifft der Anbieter der Plattform. Programme, die dem Plattformanbieter gemäß § 28 zugerechnet werden können oder von ihm exklusiv vermarktet werden, bleiben bei der Erfüllung der Anforderungen nach Absatz 1 Nr. 1 und 2 außer Betracht. Der Anbieter einer Plattform hat die Belegung von Rundfunkprogrammen oder Telemedien der zuständigen Landesmedienanstalt spätestens einen Monat vor ihrem Beginn anzuzeigen. Werden die Voraussetzungen der Absätze 1 bis 3 nicht erfüllt, erfolgt die Auswahl der zu verbreitenden Rundfunkprogramme nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und des Landesrechts durch die zuständige Landesmedienanstalt. Zuvor ist dem Anbieter einer Plattform eine angemessene Frist zur Erfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen zu setzen. Bei Änderung der Belegungen gelten die Sätze 1 bis 5 entsprechend.

#### § 52c

##### **Technische Zugangsfreiheit**

(1) Anbieter von Plattformen, die Rundfunk und vergleichbare Telemedien verbreiten, haben zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht. Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Anbieter von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer weder unmittelbar noch mittelbar

1. durch Zugangsberechtigungssysteme,
2. durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme,
3. durch Benutzeroberflächen, die den ersten Zugriff auf die Angebote herstellen, oder
4. durch sonstige technische Vorgaben zu den Nummern 1 bis 3 auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.

(2) Die Verwendung eines Zugangsberechtigungssystems oder eines Systems nach Absatz 1 Satz 2 Nr. 3 oder einer Schnittstelle für Anwendungsprogramme und die Entgelte hierfür sind der zuständigen Landesmedienanstalt unverzüglich anzuzeigen. Satz 1 gilt für Änderungen entsprechend. Der zuständigen Landesmedienanstalt sind auf Verlangen die erforderlichen Auskünfte zu erteilen.

#### § 52d

##### **Entgelte, Tarife**

Anbieter von Programmen und vergleichbaren Telemedien dürfen durch die Ausgestaltung der Entgelte und Tarife nicht unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden. Die Verbreitung von Angeboten nach § 52b Abs. 1 Nr. 1 und 2 oder § 52b Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 1 Satz 1 hat zu angemessenen Bedingungen zu erfolgen. Entgelte und Tarife für Angebote nach § 52b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 2 Satz 2 sind offenzulegen. Entgelte und Tarife sind im Rahmen des Telekommunikationsgesetzes so zu gestalten, dass auch regionale und lokale Angebote zu angemessenen und chancengleichen Bedingungen verbreitet werden können. Die landesrechtlichen Sondervorschriften für Offene Kanäle und vergleichbare Angebote bleiben unberührt.

#### § 52e

##### **Vorlage von Unterlagen, Zusammenarbeit mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation**

(1) Anbieter von Plattformen sind verpflichtet, die erforderlichen Unterlagen der zuständigen Landesmedienanstalt auf Verlangen vorzulegen. §§ 21 bis 24 gelten entsprechend.

(2) Ob ein Verstoß gegen § 52c Abs. 1 Nr. 1 oder 2 oder § 52d vorliegt, entscheidet bei Plattformanbietern, die zugleich Anbieter der Telekommunikationsdienstleistung sind, die zuständige Landesmedienanstalt im Benehmen mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation.

#### § 52f

##### **Maßnahmen durch die zuständige Landesmedienanstalt**

Verstößt ein Plattformanbieter gegen die Bestimmungen dieses Staatsvertrages oder des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages, gilt § 38 Abs. 2 entsprechend.

#### § 53

##### **Satzungen, Richtlinien**

Die Landesmedienanstalten regeln durch Satzungen und Richtlinien Einzelheiten zur Konkretisierung der sie betreffenden Bestimmungen dieses Abschnitts mit Ausnahme des § 51. Dabei ist die Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung für den Empfängerkreis in Bezug auf den jeweiligen Übertragungsweg zu berücksichtigen.

#### § 53a

##### **Überprüfungsklausel**

Dieser Abschnitt sowie die ergänzenden landesrechtlichen Regelungen werden regelmäßig alle drei Jahre, erstmals zum 31. August 2011 entsprechend Artikel 31 Abs. 1 der Richtlinie 2002/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten (Universaldienstrichtlinie) überprüft.

#### § 53b

##### **Bestehende Zulassungen, Zuordnungen, Zuweisungen, Anzeige von bestehenden Plattformen**

(1) Bestehende Zulassungen, Zuordnungen und Zuweisungen für bundesweite Anbieter gelten bis zu deren Ablauf fort. Bestehende Zulassungen und Zuweisungen für Fensterprogrammveranstalter sollen bis zum 31. Dezember 2009 unbeschadet von Vorgaben des § 25 Abs. 4 Satz 4 verlängert werden.

(2) Anbieter von Plattformen, die bei Inkrafttreten dieses Staatsvertrages bereits in Betrieb sind, müssen die Anzeige nach § 52 Abs. 3 spätestens sechs Monate nach Inkrafttreten dieses Staatsvertrages stellen.«

23. § 58 wird wie folgt geändert:

- a) Die Überschrift wird wie folgt neu gefasst:  
»Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele.«
- b) Es wird folgender neuer Absatz 4 angefügt:  
»(4) Für Gewinnspiele in vergleichbaren Telemedien (Telemedien, die an die Allgemeinheit gerichtet sind) gilt § 8a entsprechend.«

24. § 59 wird wie folgt geändert:

- a) Absatz 2 wird wie folgt neu gefasst:  
»Die Einhaltung der Bestimmungen für Telemedien einschließlich der allgemeinen Gesetze und der gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre mit Ausnahme des Datenschutzes wird durch nach Landesrecht bestimmte Aufsichtsbehörden überwacht.«
- b) In Absatz 3 wird folgender neuer Satz 7 angefügt:  
»Die Befugnisse der Aufsichtsbehörden zur Durchsetzung der Vorschriften der allgemeinen Gesetze und der gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre bleiben unberührt.«

25. In § 63 wird folgender neuer Satz 3 angefügt:

»Abweichende Regelungen zu § 7 Abs. 8 1. Variante zur Umsetzung von Vorgaben der Landesverfassung sind zulässig.«

## ARTIKEL 2

### ÄNDERUNG DES ZDF-STAAITSVERTRAGES

...

## ARTIKEL 3

### ÄNDERUNG DES DEUTSCHLANDRADIO-STAAITSVERTRAGES

In § 21 Abs. 1 Buchst. m des Deutschlandradio-Staatsvertrages vom 17. Juni 1993, zuletzt geändert durch den Neunten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 31. Juli bis 10. Oktober 2006 wird die Bezeichnung »Deutsche Angestelltengewerkschaft, Landesverband Hamburg« ersetzt durch die Bezeichnung »ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft e.V., Landesbezirk Hamburg«.

## ARTIKEL 4

### ÄNDERUNG DES JUGENDMEDIENSCHUTZ-STAAITSVERTRAGES

§ 14 Abs. 8 bis 10 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages vom 10. bis 27. September 2002, zuletzt geändert durch den Neunten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 31. Juli bis 10. Oktober 2006, wird gestrichen.

## ARTIKEL 5

### ÄNDERUNG DES RUNDFUNKGEBÜHRENSTAAITSVERTRAGES

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

1. § 6 Abs. 2 wird wie folgt neu gefasst:  
»(2) Der Antragsteller hat die Voraussetzungen für die Befreiung von der Rundfunkgebührenpflicht durch Vorlage einer entsprechenden Bestätigung des Leistungsträgers im Original oder die Vorlage des entsprechenden Bescheides im Original oder in beglaubigter Kopie nachzuweisen.«
2. § 8 Abs. 4 wird wie folgt neu gefasst:  
»(4) Die zuständige Landesrundfunkanstalt oder die von ihr beauftragte Stelle nach Absatz 2 kann zur Feststellung, ob ein den Vorschriften dieses Staatsvertrages genügendes Rundfunkteilnehmerverhältnis besteht, und zur Verwaltung von Rundfunkteilnehmerverhältnissen personenbezogene

Daten bei nichtöffentlichen Stellen ohne Kenntnis des Betroffenen erheben, verarbeiten oder nutzen. Voraussetzung dafür ist, dass

1. die Datenbestände dazu geeignet sind, Rückschlüsse auf die Gebührenpflicht zuzulassen, insbesondere durch Abgleich mit dem Bestand der nach § 3 angemeldeten Rundfunkteilnehmer und

2. sich die Daten auf Angaben zu

- a) Zugehörigkeit des Betroffenen zu einer bestimmten Personengruppe,  
b) Berufs-, Branchen- oder Geschäftsbezeichnungen,  
c) Vor- und Familiennamen,  
d) Titel,  
e) Anschrift und  
f) Geburtsdatum

beschränken und kein erkennbarer Grund zu der Annahme besteht, dass der Betroffene ein schutzwürdiges Interesse an dem Ausschluss der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung hat.

Es dürfen keine Daten, die Rückschlüsse auf tatsächliche oder persönliche Verhältnisse liefern könnten, an die übermittelnde Stelle rückübermittelt werden. Die Daten sind spätestens zwölf Monate nach ihrer Erhebung zu löschen. Sie sind unverzüglich zu löschen bei Feststellung des Nichtbestehens oder des Bestehens eines Rundfunkteilnehmerverhältnisses, das den Voraussetzungen dieses Staatsvertrages entspricht. Das Verfahren der regelmäßigen Datenübermittlung durch die Meldebehörden nach den Meldegesetzen oder Melde-datenvermittlungsverordnungen der Länder bleibt unberührt.«

## ARTIKEL 6

### ÜBERGANGSBESTIMMUNG, KÜNDIGUNG, INKRAFTTRETEN, NEUBEKANNTMACHUNG

(1) Die laufende Amtsperiode der KJM endet zum 31. März 2012.

(2) Für die Kündigung der in Artikel 1 bis 5 geänderten Staatsverträge sind die dort vorgesehenen Kündigungsvorschriften maßgebend.

(3) Dieser Staatsvertrag tritt am 1. September 2008 in Kraft. Sind bis zum 31. August 2008 nicht alle Ratifikationsurkunden bei der Staatskanzlei des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz hinterlegt, wird der Staatsvertrag gegenstandslos.

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

(5) Die Länder werden ermächtigt, den Wortlaut des Rundfunkstaatsvertrages, des ZDF-Staatsvertrages, des Deutschlandradio-Staatsvertrages, des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages und des Rundfunkgebührenstaatsvertrages in der Fassung, die sich aus den Artikeln 1 bis 5 ergibt, mit neuem Datum bekannt zu machen.

Für das Land Baden-Württemberg:

Berlin, den 19. Dezember 2007

gez. Günther H. Oettinger

Für den Freistaat Bayern:

Berlin, den 19. Dezember 2007

gez. Günther Beckstein

Für das Land Berlin:

Berlin, den 19. Dezember 2007

gez. Klaus Wowereit

Für das Land Brandenburg:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. M. Platzeck

Für die Freie Hansestadt Bremen:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Jens Böhrnsen

Für die Freie und Hansestadt Hamburg:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Ole von Beust

Für das Land Hessen:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. R. Koch

Für das Land Mecklenburg-Vorpommern:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. H. Ringstorff

Für das Land Niedersachsen:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Christian Wulff

Für das Land Nordrhein-Westfalen:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Jürgen Rüttgers

Für das Land Rheinland-Pfalz:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Kurt Beck

Für das Saarland:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Peter Müller

Für den Freistaat Sachsen:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Georg Milbradt

Für das Land Sachsen-Anhalt:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Böhmer

Für das Land Schleswig-Holstein:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Peter Harry Carstensen

Für den Freistaat Thüringen:  
 Berlin, den 19. Dezember 2007  
 gez. Dieter Althaus

#### PROTOKOLLERKLÄRUNGEN

##### **Protokollerklärung der Länder Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und des Saarlandes zu § 53 b Abs. 1 Satz 2 des Rundfunkstaatsvertrages**

Die Länder Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und das Saarland bekräftigen das Ziel des § 25 Abs. 4 Satz 4 Rundfunkstaatsvertrag, dass Fensterprogrammveranstalter und Hauptprogrammveranstalter nicht im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens zueinander stehen sollen. Sie halten es daher unbeschadet des § 53 b Absatz 1 Satz 2 für zulässig, bei anstehenden Zulassungen von Fensterprogrammveranstaltern schon vor dem 31. Dezember 2009 das Normziel des § 25 Abs. 4 Satz 4 zu erreichen.

##### **Protokollerklärung der Freien und Hansestadt Hamburg und des Landes Schleswig-Holstein zu § 53 b Abs. 1 Satz 2 des Rundfunkstaatsvertrages**

Die Freie und Hansestadt Hamburg und das Land Schleswig-Holstein begrüßen die Verlängerung bestehender Zulassungen für Fensterprogrammveranstalter als einen Beitrag zur Rechts- und Investitionssicherheit. Bereits in der Begründung zum 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde

die Auffassung der Länder zum Ausdruck gebracht, dass die gesellschaftsrechtliche Struktur des Fensterveranstalters nur ein Element der Vielfaltssicherung sein kann und nicht in direktem Zusammenhang mit der Qualität der regionalen Berichterstattung steht. Anders als bei der Sendezeit für unabhängige Dritte gemäß § 31 des Rundfunkstaatsvertrags ist die gesellschaftsrechtliche Trennung daher nicht zwingend vorgeschrieben worden.

Die bestehenden Regionalfensterprogramme beweisen, dass eine hochwertige und redaktionell unabhängige Regionalberichterstattung auch von mit dem Hauptprogrammveranstalter verbundenen Unternehmen gewährleistet werden kann. Die Freie und Hansestadt Hamburg und das Land Schleswig-Holstein begrüßen daher, dass mit der jetzt geregelten Verlängerung der bestehenden Zulassungen die nunmehr dringend anstehende Überprüfung der Vorgabe des § 25 Abs. 4 Satz 4 des Rundfunkstaatsvertrags (gesellschaftsrechtliche Trennung von Haupt- und Fensterprogrammveranstalter) verbunden wird. Die Freie und Hansestadt Hamburg und das Land Schleswig-Holstein sehen vor diesem Hintergrund auch weiterhin keine Veranlassung, gesellschaftsrechtliche Veränderungen vorzugeben, wenn die redaktionelle Unabhängigkeit im Übrigen gewährleistet ist.

##### **Protokollerklärung des Landes Niedersachsen zu § 52 b Abs. 1 Satz 2 des Rundfunkstaatsvertrages**

Das Land Niedersachsen hält eine Überprüfung der Vorgabe des § 25 Abs. 4 Satz 4 bis zum 30. Juni 2009 für sinnvoll. Auf der Grundlage des Ergebnisses einer Evaluation der regionalen Berichterstattung soll entschieden werden, inwiefern das Ziel der Norm weiterverfolgt wird.

##### **Protokollerklärung des Landes Mecklenburg-Vorpommern zum Rundfunkgebührenstaatsvertrag**

Das Land Mecklenburg-Vorpommern erwartet im Rahmen der anstehenden Strukturreform ein Rundfunkgebührenmodell, das aufkommensneutral ist sowie die soziale Gerechtigkeit und Akzeptanz bei den Bürgerinnen und Bürgern verbessert. Das Verfahren soll transparent sein, einen möglichst geringen Verwaltungsaufwand haben und den Datenschutz berücksichtigen.

##### **Protokollerklärung der Länder Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein zu § 5 Abs. 2 des Rundfunkgebührenstaatsvertrages**

Für den Fall, dass ein Gebührenmodell aufrechterhalten wird, welches Befreiungstatbestände für das Hotelgewerbe generell weiterhin erforderlich macht, streben die Länder Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein an, dass Vermieter mit nur einer Ferienwohnung ebenfalls nur 50 vom Hundert der Rundfunkgebühr für die dort bereitgehaltenen Geräte zahlen müssen.

## — Zur Überarbeitung der EU-Fernsehrichtlinie Eine Bewertung von Eva-Maria Michel, Justiziarin des WDR

Die ARD begrüßt die Revision der so genannten Fernsehrichtlinie in Gestalt der Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste. Das überarbeitete Regelwerk entwickelt die bisherige Richtlinie »Fernsehen ohne Grenzen« konsistent weiter und trägt damit dem Doppelcharakter des Rundfunks als Dienstleistung und Kulturgut Rechnung.

Das Wesentliche an der neuen Richtlinie ist, dass der Anwendungsbereich auf so genannte nichtlineare Dienste, mithin auf vor allem Abrufdienste, erweitert wird. Hiermit wird anerkannt, dass Abrufdienste nicht allein als Wirtschaftsgüter zu sehen sind, die dem allgemeinen – ökonomisch ausgerichteten – Regime der Richtlinie zum elektronischen Handel unterstehen. Die Einbeziehung nichtlinearer audiovisueller Mediendienste in den Regelungsbereich der Richtlinie bestätigt vielmehr, dass diese Dienste zumindest auch eine meinungsbildende Funktion haben und zur kulturellen Vielfalt im Rundfunkbereich beitragen.

Die neue Richtlinie basiert auf dem Ansatz der abgestuften Regelungsdichte, wonach die klassischen Fernsehprogramme der stärksten Regulierung, die so genannten neuen Dienste demgegenüber einer leichteren Regulierung unterliegen. Damit wird zugleich der erst im Entstehen begriffenen Entwicklungsstufe dieser neuen Mediendienste Rechnung getragen. Auf der anderen Seite verhindert die Anwendung jedenfalls von Mindeststandards auf sämtliche audiovisuelle Dienste eine wettbewerbsbedenkliche regulatorische Schiefelage.

Interessant mit Blick auf die aktuellen Diskussionen über die Onlineauftritte von ARD und ZDF einerseits und die der Verlagshäuser andererseits ist, dass die Richtlinie nicht, wie im Entwurf zunächst vorgesehen, die Presse in elektronischer Form insgesamt vom Anwendungsbereich ausnimmt, sondern lediglich »elektronische Fassungen von Zeitungen und Magazinen«.

Aus Sicht der ARD erfreulich ist des Weiteren, dass nunmehr auch auf Gemeinschaftsebene ein Kurzberichterstattungsrecht verankert ist, wenn auch dieses nur subsidiär gegenüber nationalen Regelungen zur Geltung kommt.

Keine großen Veränderungen haben die Regelungen betreffend europäischer Werke und unabhängiger Produzenten erfahren. Hinsichtlich Ersterer ist zu begrüßen, dass die Mitgliedstaaten Rundfunkveranstalter nur »ermutigen«, nicht aber verpflichten werden, in ihrem Programm einen angemessenen Anteil an europäischen Werken vorzusehen. Hinsichtlich Letzterem ist gelungen, die Aufnahme eines Kriteriums zu verhindern, wonach das Eigentum an Zweitverwertungsrechten ein zwingendes Definitionselement unabhängiger Produzenten geworden wäre, so dass es dabei bleibt, dass die Mitgliedstaaten bei der Definition das Kriterium nur (beispielhaft) berücksichtigen sollen.

Den zweiten Schwerpunkt der Revision, neben der Erweiterung des Anwendungsbereichs, bildet der Komplex »audiovisuelle kommerzielle Kommunikation«. Zahlreiche Vorschriften zur Werbung und zum Sponsoring haben hier eine Liberalisierung erfahren. Bedauerlicherweise wurde der aus deutscher Sicht wesentliche Grundsatz der Trennung von Werbung und Programm zu einem reinen Unterscheidungsgrundsatz aufgeweicht. Dies wie auch vor allem

die Zulassung von Produktplatzierung entspricht nicht der Position der ARD. Weder die Kommission noch die Mehrzahl der Mitgliedstaaten haben diesen Standpunkt jedoch geteilt. Eine nicht unerhebliche Liberalisierung ist auch bei den quantitativen Werbebeschränkungen zu verzeichnen. Vor allem die deutliche Lockerung der Vorschriften zur Werbeunterbrechung wird sich vermutlich in der Praxis auswirken. Für die Übertragung von Sportereignissen von Bedeutung dürfte zudem die Aufhebung des Verbots von Einzelwerbespots sein. Insgesamt dürften es die neuen Regelungen zur kommerziellen Kommunikation vor allem den privaten Rundfunkunternehmen ermöglichen, Werbung unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten besser zu steuern. Es bleibt abzuwarten, ob und ggf. wie weit es durch die Liberalisierungen zu einer Verschiebung der Wettbewerbssituation zugunsten kommerzieller Veranstalter kommen wird.

Eine weitere Neuerung betrifft die Regelung zur Barrierefreiheit für Behinderte, wonach Mitgliedstaaten die Mediendienstanbieter entsprechend zu einer Umsetzung »ermutigen« werden.

Der letzte Regelungskomplex geht auf die Notwendigkeit der Mitgliedstaaten ein, mit der Kommission hinsichtlich der Umsetzung der Richtlinie zusammenzuarbeiten. Den Mitgliedstaaten steht es danach frei, die insoweit angemessenen Instrumente entsprechend der jeweiligen rechtlichen Gegebenheiten und Strukturen zu wählen. Damit wird aus Sicht der ARD den nationalen Kompetenzen hinreichend Rechnung getragen.

Ein Novum gegenüber der bisherigen Richtlinie ist zudem, dass der Text auf die Resolution von 1999 zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk und damit auf diesen erstmals ausdrücklich Bezug nimmt. Der Rat hatte hier seinerzeit expressis verbis betont, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk an der digitalen Entwicklung teilhaben können müsse. Auch wird in den Erwägungsgründen festgehalten, dass die duale Rundfunkordnung ein Charakterzug des europäischen audiovisuellen Markts ist.

Aus Sicht der ARD ist das in der Gesamtbetrachtung neue Regelwerk positiv zu bewerten. Es bleibt jedoch abzuwarten, wie die Umsetzung auf nationaler Ebene erfolgen wird. Dies soll mit dem 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag geschehen.

— **Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität vom 11. Dezember 2007**  
(Text von Bedeutung für den EWR)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION – gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 47 Absatz 2 und Artikel 55, auf Vorschlag der Kommission, nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses<sup>(1)</sup>, nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen<sup>(2)</sup>, gemäß dem Verfahren des Artikels 251 des Vertrags<sup>(3)</sup>, in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) Die Richtlinie 89/552/EWG des Rates<sup>(4)</sup> dient der Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In Anbetracht der neuen Übertragungstechniken für audiovisuelle Mediendienste ist es notwendig geworden, den geltenden Rechtsrahmen anzupassen, um den Auswirkungen des Strukturwandels, der Verbreitung der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und den technologischen Entwicklungen auf die Geschäftsmodelle und insbesondere auf die Finanzierung des kommerziellen Rundfunks Rechnung zu tragen und optimale Wettbewerbsbedingungen und Rechtssicherheit für die europäischen Unternehmen und Dienste im Bereich der Informationstechnologien und der Medien sowie die Achtung der kulturellen und sprachlichen Vielfalt sicherzustellen.

(2) Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität werden bereits durch die Richtlinie 89/552/EWG koordiniert, wohingegen die Vorschriften über andere Tätigkeiten wie die audiovisuellen Mediendienste auf Abruf Unterschiede aufweisen, von denen einige den freien Dienstleistungsverkehr innerhalb der Europäischen Union behindern und den Wettbewerb innerhalb des Binnenmarkts verzerren könnten.

(3) Audiovisuelle Mediendienste sind gleichermaßen Kultur- und Wirtschaftsdienste. Ihre immer größere Bedeutung für die Gesellschaften, die Demokratie – vor allem zur Sicherung der Informationsfreiheit, der Meinungsvielfalt und des Medienpluralismus –, die Bildung und die Kultur rechtfertigt die Anwendung besonderer Vorschriften auf diese Dienste.

(4) Nach Artikel 151 Absatz 4 des Vertrags trägt die Gemeinschaft bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmun-

(1) ABl. C 318 vom 23.12.2006, S. 202.

(2) ABl. C 51 vom 6.3.2007, S. 7.

(3) Stellungnahme des Europäischen Parlaments vom 13. Dezember 2006 (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht), Gemeinsamer Standpunkt des Rates vom 15. Oktober 2007 (noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht), Standpunkt des Europäischen Parlaments vom 29. November 2007.

(4) Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (ABl. L 298 vom 17.10.1989, S. 23). Richtlinie zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/36/EG (ABl. L 202 vom 30.7.1997, S. 60).

gen des Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung, um insbesondere die Vielfalt ihrer Kulturen zu wahren und zu fördern.

(5) In seinen Entschlüssen vom 1. Dezember 2005<sup>(5)</sup> und 4. April 2006<sup>(6)</sup> zur Doha-Runde und zu den WTO-Ministerkonferenzen fordert das Europäische Parlament, grundlegende öffentliche Dienste wie audiovisuelle Dienste von der Liberalisierung im Rahmen der GATS-Verhandlungsrunde auszunehmen. In seiner Entschlüsselung vom 27. April 2006<sup>(7)</sup> unterstützt das Europäische Parlament das Unesco-Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, wo es insbesondere heißt, »dass kulturelle Aktivitäten, Güter und Dienstleistungen sowohl eine wirtschaftliche als auch eine kulturelle Natur haben, da sie Träger von Identitäten, Werten und Sinn sind, und daher nicht so behandelt werden dürfen, als hätten sie nur einen kommerziellen Wert«. Mit dem Beschluss 2006/515/EG des Rates vom 18. Mai 2006 über den Abschluss des Übereinkommens zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen<sup>(8)</sup> wird das Unesco-Übereinkommen im Namen der Gemeinschaft angenommen. Das Übereinkommen ist am 18. März 2007 in Kraft getreten. Mit der vorliegenden Richtlinie werden die Grundsätze des Unesco-Übereinkommens gewahrt.

(6) Traditionelle audiovisuelle Mediendienste – wie das Fernsehen – und neu aufkommende audiovisuelle Mediendienste auf Abruf bieten erhebliche Beschäftigungsmöglichkeiten in der Gemeinschaft, vor allem in kleinen und mittleren Betrieben, und regen Wirtschaftswachstum und Investitionstätigkeit an. In Anbetracht der Bedeutung gleicher Wettbewerbsbedingungen und eines echten Marktes für audiovisuelle Mediendienste sollten die Grundsätze des Binnenmarkts wie der freie Wettbewerb und Gleichbehandlung respektiert werden, um Transparenz und Vorhersehbarkeit in den Märkten für audiovisuelle Mediendienste zu gewährleisten und niedrige Zutrittsschranken zu erreichen.

(7) Für europäische Unternehmen, die audiovisuelle Mediendienste erbringen, mangelt es derzeit an Rechtssicherheit und gleichen Wettbewerbsbedingungen hinsichtlich der für neu aufkommende audiovisuelle Mediendienste auf Abruf geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen. Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, die Rechtssicherheit zu verbessern, zur Vollendung des Binnenmarkts beizutragen und die Entstehung eines einheitlichen Informationsraums zu erleichtern, ist es deshalb notwendig, auf alle audiovisuellen Mediendienste – sowohl Fernsehprogramme (d. h. lineare audiovisuelle Mediendienste) als auch audiovisuelle Mediendienste auf Abruf (d. h. nichtlineare audiovisuelle Mediendienste) – zumindest bestimmte gemeinsame Grundvorschriften anzuwenden. Die Grundprinzipien der Richtlinie 89/552/EWG – d. h. Herkunftslandprinzip und gemeinsame Mindeststandards – haben sich bewährt und sollten deshalb beibehalten werden.

(8) Die Kommission hat am 15. Dezember 2003 eine Mitteilung über die Zukunft der europäischen Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich angenommen, in der sie betont, dass die Regulierungspolitik in diesem Sektor jetzt und auch in Zukunft bestimmte Interessen der Allgemeinheit wie kulturelle Vielfalt, Recht auf Information, Medienplura-

(5) ABl. C 285 E vom 22.11.2006, S. 126.

(6) ABl. C 293 E vom 2.12.2006, S. 155.

(7) ABl. C 296 E vom 6.12.2006, S. 104.

(8) ABl. L 201 vom 25.7.2006, S. 15.

lismus, Jugendschutz und Verbraucherschutz wahren sowie Bewusstseinsbildung und Medienkompetenz der Allgemeinheit fördern muss.

(9) Mit der Entschließung des Rates und der im Rat Vereinigten Vertreter der Regierungen der Mitgliedstaaten vom 25. Januar 1999 über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk<sup>(9)</sup> wird bekräftigt, dass für die Erfüllung des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten weiterhin der technologische Fortschritt genutzt werden muss. Der europäische Markt für audiovisuelle Mediendienste zeichnet sich durch die Koexistenz privater und öffentlich-rechtlicher Anbieter audiovisueller Mediendienste aus.

(10) Die Kommission hat die Initiative »i2010 – europäische Informationsgesellschaft« ergriffen, um Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft und in den Medien zu fördern. Kern dieser Initiative ist eine umfassende Strategie, deren Ziel darin besteht, vor dem Hintergrund der Konvergenz von Diensten der Informationsgesellschaft und Mediendiensten, -netzen und -geräten die Produktion europäischer Inhalte, die Entwicklung der digitalen Wirtschaft und die Nutzung von IKT durch Modernisierung und Einsatz sämtlicher Instrumente der EU-Politik (Rechtsvorschriften, Forschung und Partnerschaften mit der Industrie) zu fördern. Die Kommission hat sich vorgenommen, einheitliche Rahmenbedingungen für den Binnenmarkt im Bereich der Dienste der Informationsgesellschaft und der Mediendienste zu schaffen und den Rechtsrahmen für audiovisuelle Dienste zu modernisieren; der erste Schritt dazu war ein Kommissionsvorschlag von 2005 zur Modernisierung der Richtlinie »Fernsehen ohne Grenzen« und deren Umwandlung in eine Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Das Ziel der i2010-Initiative wird grundsätzlich dadurch erreicht, dass man es der Industrie ermöglicht, bei nicht mehr als absolut erforderlicher Regulierung zu wachsen, und es kleinen neu gegründeten Unternehmen, die in der Zukunft für Wohlstand und Beschäftigung sorgen werden, ermöglicht, in einem freien Markt zu florieren, Neuerungen einzuführen und Arbeitsplätze zu schaffen.

(11) Das Europäische Parlament hat am 4. September 2003<sup>(10)</sup>, am 22. April 2004<sup>(11)</sup> und am 6. September 2005<sup>(12)</sup> Entschlüsse verabschiedet; darin verlangt es die Anpassung der Richtlinie 89/552/EWG an die strukturellen Veränderungen und an die technologischen Entwicklungen unter vollständiger Wahrung der ihr zugrunde liegenden Grundsätze, die weiterhin gültig bleiben. Außerdem unterstützt es grundsätzlich das Konzept der Einführung von Grundvorschriften für alle audiovisuellen Mediendienste und von zusätzlichen Vorschriften für Fernsehprogramme.

(12) Die vorliegende Richtlinie verbessert die Wahrung der Grundrechte und trägt den in der Charta der Grundrechte

(9) ABl. C 30 vom 5.2.1999, S. 1.

(10) Entschließung des Europäischen Parlaments über Fernsehen ohne Grenzen (ABl. C 76 E vom 25.3.2004, S. 453).

(11) Entschließung des Europäischen Parlaments zu Gefahren der Verletzung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit (Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte) in der EU, vor allem in Italien (ABl. C 104 E vom 30.4.2004, S. 1026).

(12) Entschließung des Europäischen Parlaments zur Anwendung der Artikel 4 und 5 der Richtlinie 89/552/EWG (»Fernsehen ohne Grenzen«), geändert durch die Richtlinie 97/36/EG, für den Zeitraum 2001–2002 (ABl. C 193 E vom 17.8.2006, S. 117).

der Europäischen Union<sup>(13)</sup>, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen vollständig Rechnung. In dieser Hinsicht werden die Mitgliedstaaten durch diese Richtlinie in keiner Weise in der Anwendung ihrer Verfassungsvorschriften über die Pressefreiheit und die Meinungsfreiheit in den Medien eingeschränkt.

(13) Diese Richtlinie sollte die Verpflichtungen der Mitgliedstaaten unberührt lassen, die sich aus der Anwendung der Richtlinie 98/34/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Juni 1998 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft<sup>(14)</sup> ergeben. Dementsprechend unterlägen Entwürfe einzelstaatlicher Maßnahmen für abrufbare audiovisuelle Mediendienste, die strenger oder ausführlicher als die zur bloßen Umsetzung der vorliegenden Richtlinie erforderlichen Maßnahmen sind, den verfahrensbezogenen Pflichten nach Artikel 8 der Richtlinie 98/34/EG.

(14) Die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste<sup>(15)</sup> lässt nach ihrem Artikel 1 Absatz 3 die von der Gemeinschaft oder den Mitgliedstaaten getroffenen Maßnahmen zur Verfolgung von Zielen, die im Interesse der Allgemeinheit liegen, insbesondere in Bezug auf die Regulierung von Inhalten und die audiovisuelle Politik, unberührt.

(15) Durch diese Richtlinie werden die Mitgliedstaaten weder verpflichtet noch ermuntert, neue Lizenz- oder Genehmigungsverfahren im Bereich audiovisueller Mediendienste einzuführen.

(16) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte der Begriff der audiovisuellen Mediendienste lediglich die entweder als Fernsehprogramm oder auf Abruf bereitgestellten audiovisuellen Mediendienste erfassen, bei denen es sich um Massenmedien handelt, das heißt die für den Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt sind und bei dieser eine deutliche Wirkung entfalten könnten. Er sollte nur Dienstleistungen im Sinne des Vertrags erfassen, also alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, sich jedoch nicht auf vorwiegend nichtwirtschaftliche Tätigkeiten erstrecken, die nicht mit Fernsehsendungen im Wettbewerb stehen, wie z. B. private Internetseiten und Dienste zur Bereitstellung oder Verbreitung audiovisueller Inhalte, die von privaten Nutzern für Zwecke der gemeinsamen Nutzung und des Austauschs innerhalb von Interessengemeinschaften erstellt werden.

(17) Ein typisches Merkmal der Abrufdienste ist, dass sie »fernsehähnlich« sind, d. h. dass sie auf das gleiche Publikum wie Fernsehsendungen ausgerichtet sind und der Nutzer aufgrund der Art und Weise des Zugangs zu diesen Diensten vernünftigerweise einen Regelungsschutz im Rahmen dieser Richtlinie erwarten kann. Angesichts dieser Tatsache sollte zur Vermeidung von Diskrepanzen bei der Dienstleistungsfreiheit und beim Wettbewerb der Begriff »Sendung« unter Berücksichtigung der Entwicklungen auf dem Gebiet der Fernsehsendungen dynamisch ausgelegt werden.

(13) ABl. C 364 vom 18.12.2000, S. 1.

(14) ABl. L 204 vom 21.7.1998, S. 37. Richtlinie zuletzt geändert durch die Richtlinie 2006/96/EG des Rates (ABl. L 363 vom 20.12.2006, S. 81).

(15) ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 33. Verordnung geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 717/2007 (ABl. L 171 vom 29.6.2007, S. 32).

(18) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte der Begriff der audiovisuellen Mediendienste die Massenmedien in ihrer informierenden, unterhaltenden und die breite Öffentlichkeit bildenden Funktion erfassen, einschließlich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, aber alle Formen privater Korrespondenz, z. B. an eine begrenzte Anzahl von Empfängern versandte elektronische Post, ausschließen. Die Begriffsbestimmung sollte alle Dienste ausschließen, deren Hauptzweck nicht die Bereitstellung von Programmen ist, d. h. bei denen audiovisuelle Inhalte lediglich eine Nebenerscheinung darstellen und nicht Hauptzweck der Dienste sind. Dazu zählen beispielsweise Internetseiten, die lediglich zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Elemente enthalten, z. B. animierte grafische Elemente, kurze Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nichtaudiovisuelle Dienste. Aus diesen Gründen sollten ferner folgende Dienste von dem Anwendungsbereich der Richtlinie ausgenommen sein: Glücksspiele mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz, einschließlich Lotterien, Wetten und andere Gewinnspiele, sowie Online-Spiele und Suchmaschinen, jedoch nicht Sendungen mit Gewinnspielen oder Glücksspielen.

(19) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte der Begriff »Mediendienstanbieter« natürliche oder juristische Personen ausschließen, die Sendungen, für welche die redaktionelle Verantwortung bei Dritten liegt, lediglich weiterleiten.

(20) Zu den Fernsehprogrammen zählen derzeit insbesondere analoges und digitales Fernsehen, Live Streaming, Webcasting und der zeitversetzte Videoabruf (»Near-video-on-demand«), während beispielsweise Video-on-demand ein audiovisueller Mediendienst auf Abruf ist. Im Allgemeinen sollten für Fernsehprogramme oder einzelne Fernsehsendungen, die zusätzlich als audiovisuelle Mediendienste auf Abruf von demselben Mediendienstanbieter angeboten werden, die Anforderungen dieser Richtlinie mit der Erfüllung der Anforderungen für die Fernsehausstrahlung, d. h. die lineare Übertragung, als erfüllt gelten. Wenn jedoch verschiedene Arten von Diensten, bei denen es sich um eindeutig unterscheidbare Dienste handelt, parallel angeboten werden, so sollte diese Richtlinie auf jeden dieser Dienste Anwendung finden.

(21) Elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften sollten nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen.

(22) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte sich der Begriff »audiovisuell« auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton beziehen; er sollte somit Stummfilme erfassen, nicht aber Tonübertragungen oder Hörfunkdienste. Der Hauptzweck eines audiovisuellen Mediendienstes ist zwar die Bereitstellung von Sendungen, die Definition eines solchen Dienstes sollte aber auch textgestützte Inhalte umfassen, die diese Sendungen begleiten, wie z. B. Untertitel oder elektronische Programmführer. Eigenständige textgestützte Dienste sollten nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen; die Freiheit der Mitgliedstaaten, solche Dienste auf einzelstaatlicher Ebene in Einklang mit dem Vertrag zu regeln, sollte unberührt bleiben.

(23) Der Begriff der redaktionellen Verantwortung ist grundlegend für die Bestimmung der Rolle des Mediendienstanbieters und damit des Begriffs der audiovisuellen Mediendienste. Die Mitgliedstaaten können einzelne Aspekte der Definition der redaktionellen Verantwortung, insbesondere den Begriff der »wirksamen Kontrolle«, bei der Annahme der Maßnahmen zur Umsetzung dieser Richtlinie näher be-

stimmen. Die in der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr)<sup>(16)</sup> vorgesehenen Haftungsausschlüsse sollten von der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben.

(24) Bei Fernsehprogrammen sollte der Begriff des zeitgleichen Empfangs auch den quasi-zeitgleichen Empfang erfassen, da aus technischen Gründen, die durch den Übertragungsvorgang bedingt sind, bei der kurzen zeitlichen Verzögerung, die zwischen der Übertragung und dem Empfang der Sendung liegt, Schwankungen auftreten können.

(25) Alle Kriterien eines audiovisuellen Mediendienstes gemäß seiner Definition und gemäß den Erläuterungen in den Erwägungsgründen 16 bis 23 sollten gleichzeitig erfüllt sein.

(26) Zusätzlich zur Fernsehwerbung und zum Teleshopping sollte ein umfassenderer Begriff der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation in diese Richtlinie eingeführt werden, der jedoch nicht Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlos gesendete Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken umfassen sollte.

(27) Das Herkunftslandprinzip sollte Kernbestandteil dieser Richtlinie bleiben, da es für die Schaffung des Binnenmarkts unverzichtbar ist. Dieses Prinzip sollte daher für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, um für die Mediendienstanbieter die zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und zur Einführung dieser Dienste erforderliche Rechtssicherheit zu schaffen. Es ist außerdem die Voraussetzung für den freien Informationsfluss und den freien Verkehr audiovisueller Programme innerhalb des Binnenmarkts.

(28) Zur Förderung einer starken, wettbewerbsfähigen und integrierten europäischen audiovisuellen Industrie und zur Stärkung des Medienpluralismus in der gesamten Europäischen Union sollte jeweils nur ein Mitgliedstaat für einen Anbieter audiovisueller Mediendienste zuständig sein und sollte der Informationspluralismus ein grundlegendes Prinzip der Europäischen Union sein.

(29) Die technologische Entwicklung, insbesondere bei den digitalen Satellitenprogrammen, macht eine Anpassung der ergänzenden Kriterien notwendig, damit eine sinnvolle Regulierung und eine wirksame Umsetzung möglich ist und die Marktteilnehmer eine tatsächliche Verfügungsgewalt über die Inhalte der audiovisuellen Mediendienste erhalten.

(30) Da diese Richtlinie nur Dienste betrifft, die für die allgemeine Öffentlichkeit in der Europäischen Union bestimmt sind, sollte sie nur für audiovisuelle Mediendienste gelten, die mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten unmittelbar von der Allgemeinheit in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden können. Die Bestimmung des Begriffs »handelsübliche Verbraucherendgeräte« sollte den zuständigen nationalen Behörden überlassen werden.

(31) In den Artikeln 43 bis 48 des Vertrags ist das grundlegende Recht der Niederlassungsfreiheit verankert. Daher sollten die Mediendienstanbieter im Allgemeinen frei wählen können, in welchem Mitgliedstaat sie sich niederlassen wollen. Der Gerichtshof hat auch hervorgehoben: »Der Ver-

(16) ABl. L 178 vom 17. 7. 2000, S. 1.

trag verbietet es einem Unternehmen, das keine Dienste in dem Mitgliedstaat anbietet, in dem es ansässig ist, nämlich nicht, die Dienstleistungsfreiheit auszuüben«<sup>(17)</sup>.

(32) Die Mitgliedstaaten sollten in der Lage sein, in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen für die ihrer Rechthoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter detailliertere oder strengere Vorschriften anzuwenden, und gleichzeitig dafür Sorge tragen, dass diese Vorschriften im Einklang mit den allgemeinen Grundsätzen des Gemeinschaftsrechts stehen. Zum Umgang mit Situationen, in denen ein der Rechthoheit eines Mitgliedstaats unterworfenen Fernsehveranstalter Fernsehsendungen erbringt, die ganz oder größtenteils auf das Gebiet eines anderen Mitgliedstaats ausgerichtet sind, böte sich die Verpflichtung der Mitgliedstaaten zur Zusammenarbeit untereinander und – im Falle der Umgehung – eine Kodifizierung der einschlägigen Rechtsprechung des Gerichtshofs<sup>(18)</sup> als Lösung an, die den Bedenken der Mitgliedstaaten gerecht wird, ohne die ordnungsgemäße Anwendung des Herkunftslandprinzips in Frage zu stellen. Der Begriff der im Allgemeininteresse liegenden Bestimmungen ist vom Gerichtshof in seiner Rechtsprechung zu den Artikeln 43 und 49 des Vertrags entwickelt worden und umfasst unter anderem Bestimmungen über den Verbraucherschutz, den Jugendschutz und die Kulturpolitik. Der Mitgliedstaat, der um Zusammenarbeit ersucht, sollte dafür Sorge tragen, dass die einschlägigen einzelstaatlichen Bestimmungen objektiv notwendig sind, auf nichtdiskriminierende Weise angewandt werden und verhältnismäßig sind.

(33) Ein Mitgliedstaat kann bei der einzelfallbezogenen Beurteilung, ob eine Sendung eines in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassenen Mediendiensteanbieters ganz oder größtenteils auf sein Gebiet ausgerichtet ist, Indikatoren heranziehen wie die Herkunft der Fernsehwerbe- und/oder Abonnemententnahmen, die Hauptsprache des Dienstes oder das Vorhandensein von Sendungen oder kommerzieller Kommunikation, die sich spezifisch an die Öffentlichkeit des Empfängerstaats richten.

(34) Unbeschadet des Herkunftslandprinzips gestattet diese Richtlinie den Mitgliedstaaten die Ergreifung von Maßnahmen, die eine Einschränkung der freien Erbringung von Fernsehdiensten bedeuten, allerdings nur nach den in dieser Richtlinie festgelegten Bedingungen und Verfahren. Der Gerichtshof betont jedoch in seiner ständigen Rechtsprechung, dass Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit ebenso wie alle Ausnahmen von einem Grundsatz des Vertrags restriktiv auszulegen sind<sup>(19)</sup>.

(35) Beschränkungen der freien Erbringung audiovisueller Mediendienste auf Abruf sollten nur gemäß Bedingungen und Verfahren möglich sein, die den bereits durch Artikel 3 Absätze 4 bis 6 der Richtlinie 2000/31/EG festgelegten Bedingungen und Verfahren entsprechen.

(17) Rechtssache C-56/96, VT4, Randnr. 22, und Rechtssache C-212/97, Centros/Erhvervs- og Selskabsstyrelsen; siehe auch: Rechtssache C-11/95, Kommission/Königreich Belgien, und Rechtssache C-14/96, Paul Denuit.

(18) Rechtssache C-212/97, Centros/Erhvervs- og Selskabsstyrelsen, Rechtssache C-33/74, Van Binsbergen/Bestuur van de Bedrijfsvereniging; Rechtssache C-29/93, TV 10 SA/Commissariaat voor de MEDIA, Randnr. 21.

(19) Rechtssache C-355/98, Kommission/Belgien, Slg. 2000, I-1221, Randnr. 28; Rechtssache C-304/89, Calfa, Slg. 1999, I-0011, Randnr. 23.

(36) Die Kommission hat in ihrer Mitteilung an das Europäische Parlament und den Rat »Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union« betont, »dass sorgfältig analysiert wird, welcher Regulierungsansatz angezeigt ist und insbesondere, ob Rechtsvorschriften für den jeweiligen Sektor oder die jeweilige Themenstellung vorzuziehen sind, oder ob Alternativen wie Koregulierung oder Selbstregulierung in Erwägung gezogen werden sollten«. Außerdem zeigt die Erfahrung, dass sowohl Ko- als auch Selbstregulierungsinstrumente, die in Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten angewandt werden, eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzes spielen können. Die Maßnahmen zur Erreichung der im öffentlichen Interesse liegenden Ziele im Bereich der neuen audiovisuellen Mediendienste sind wirksamer, wenn sie mit der aktiven Unterstützung der Diensteanbieter selbst ergriffen werden. Die Selbstregulierung stellt somit eine Art freiwillige Initiative dar, die Wirtschaftsteilnehmern, Sozialpartnern, Nichtregulierungsorganisationen oder Vereinigungen die Möglichkeit gibt, untereinander und füreinander gemeinsame Leitlinien festzulegen. Die Mitgliedstaaten sollten gemäß ihren unterschiedlichen Rechtstraditionen die Rolle anerkennen, die eine wirksame Selbstregulierung als Ergänzung zu den bestehenden Gesetzgebungs- und Gerichts- und/oder Verwaltungsverfahren spielen kann, sowie ihren wertvollen Beitrag zur Verwirklichung der Ziele dieser Richtlinie. Die Selbstregulierung sollte jedoch, obwohl sie eine ergänzende Methode zur Durchführung bestimmter Vorschriften dieser Richtlinie sein könnte, die Verpflichtung des nationalen Gesetzgebers nicht ersetzen. Koregulierung, in ihrer Minimalform, schafft eine rechtliche Verbindung zwischen Selbstregulierung und dem nationalen Gesetzgeber gemäß den Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten. Bei der Koregulierung sollten weiterhin staatliche Eingriffsmöglichkeiten für den Fall vorgesehen werden, dass ihre Ziele nicht erreicht werden. Unbeschadet der förmlichen Verpflichtungen der Mitgliedstaaten bezüglich der Umsetzung fördert diese Richtlinie die Nutzung der Koregulierung und der Selbstregulierung. Das sollte die Mitgliedstaaten aber weder dazu verpflichten, Regelungen zur Ko- und/oder Selbstregulierung festzulegen, noch beeinträchtigt oder gefährdet dies die gegenwärtigen Ko- und/oder Selbstregulierungsinitiativen, die in den Mitgliedstaaten bereits bestehen und gut funktionieren.

(37) Die »Medienkompetenz« bezieht sich auf die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse sowie das nötige Verständnis für eine wirksame und sichere Nutzung der Medien durch die Verbraucher. Medienkompetente Menschen sind in der Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen, das Wesen von Inhalt und Dienstleistungen zu verstehen und das gesamte Spektrum der durch die neuen Kommunikationstechnologien gebotenen Möglichkeiten zu nutzen. Sie sind in der Lage, sich und ihre Familien besser vor schädlichen oder anstößigen Inhalten zu schützen. Daher sollte die Entwicklung der Medienkompetenz in allen Gesellschaftsschichten gefördert werden, und die dabei erzielten Fortschritte sollten genau beobachtet werden. Die Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde und über das Recht auf Gegendarstellung im Zusammenhang mit der Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Industriezweiges der audiovisuellen Dienste und

Online-Informationen (20) enthält bereits eine Reihe möglicher Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz, wie z. B. eine ständige Fortbildung von Lehrern und Ausbildern, spezifische Internetschulungen schon für sehr kleine Kinder, auch unter Einbeziehung der Eltern, oder die Organisation nationaler, an die Bürger gerichteter Informationskampagnen in allen Kommunikationsmedien, um Informationen über eine verantwortungsvolle Nutzung des Internets bereitzustellen.

(38) Fernsehveranstalter können ausschließliche Fernsehübertragungsrechte für Ereignisse, die von großem Interesse für die Öffentlichkeit sind, erwerben. Gleichzeitig muss jedoch unbedingt der Pluralismus durch die Vielfalt der Nachrichten und Programme in der Europäischen Union gefördert und den in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, insbesondere in Artikel 11, anerkannten Grundrechten und Grundsätzen Rechnung getragen werden.

(39) Zur vollständigen und angemessenen Wahrung des Grundrechts auf Information und der Zuschauerinteressen in der Europäischen Union sollten die Inhaber ausschließlicher Fernsehübertragungsrechte für Ereignisse, die von großem Interesse für die Öffentlichkeit sind, anderen Fernsehveranstaltern unter fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien Bedingungen das Recht auf Verwendung von kurzen Auszügen für allgemeine Nachrichtensendungen gewähren, wobei jedoch den ausschließlichen Rechten angemessene Rechnung zu tragen ist. Solche Bedingungen sollten rechtzeitig vor dem Ereignis, das von großem Interesse für die Öffentlichkeit ist, mitgeteilt werden, damit andere Interessenten genügend Zeit haben, dieses Recht auszuüben. Ein Fernsehveranstalter sollte in die Lage versetzt werden, dieses Recht im Einzelfall durch einen Vermittler ausüben zu lassen, der speziell in seinem Namen handelt. Solche kurzen Auszüge können für EU-weite Ausstrahlungen durch alle Kanäle, einschließlich Sportkanäle, verwendet werden und sollten nicht länger als 90 Sekunden dauern. Das Recht auf Zugang zu kurzen Auszügen sollte nur dann grenzüberschreitend gelten, wenn dies erforderlich ist. Daher sollte ein Fernsehveranstalter zunächst bei einem in dem gleichen Mitgliedstaat ansässigen Fernsehveranstalter, der ausschließliche Rechte für das Ereignis von großem Interesse für die Öffentlichkeit besitzt, um Zugang ersuchen. Unter den Begriff »allgemeine Nachrichtensendungen« sollte nicht die Zusammenstellung kurzer Auszüge für Unterhaltungssendungen fallen. Das Herkunftslandprinzip sollte sowohl für den Zugang zu den kurzen Auszügen als auch für deren Übertragung gelten. In grenzüberschreitenden Fällen bedeutet dies, dass die verschiedenen Rechtsvorschriften nacheinander Anwendung finden sollten. Zunächst sollte – für den Zugang zu den kurzen Auszügen – das Recht des Mitgliedstaats gelten, in dem der Fernsehveranstalter ansässig ist, der das Ausgangssignal bereitstellt (d. h. Zugang gewährt). Dies ist in der Regel der Mitgliedstaat, in dem das betreffende Ereignis stattfindet. Hat ein Mitgliedstaat ein gleichwertiges System für den Zugang zu dem Ereignis eingerichtet, so sollte in jedem Fall das Recht dieses Mitgliedstaats gelten. Danach sollte für die Übertragung der kurzen Auszüge das Recht des Mitgliedstaats gelten, in dem der Fernsehveranstalter ansässig ist, der die kurzen Auszüge überträgt.

(40) Die Anforderungen dieser Richtlinie für den Zugang zu Ereignissen von großem Interesse für die Öffentlichkeit zum Zwecke der Kurzberichterstattung sollten die Richtlinie

2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft (21) und die einschlägigen internationalen Übereinkünfte auf dem Gebiet des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte unberührt lassen. Die Mitgliedstaaten sollten den Zugang zu Ereignissen von großem Interesse für die Öffentlichkeit erleichtern, indem sie Zugang zu dem Sendesignal des Fernsehveranstalters im Sinne der vorliegenden Richtlinie gewähren. Sie können dafür jedoch andere gleichwertige Mittel im Sinne der vorliegenden Richtlinie wählen. Hierzu zählt unter anderem die Gewährung des Zugangs zum Ort des Ereignisses vor der Gewährung des Zugangs zum Sendesignal. Die Fernsehveranstalter sollten nicht daran gehindert werden, detailliertere Vereinbarungen zu schließen.

(41) Es sollte sichergestellt werden, dass die Praxis der Mediendienstanbieter, ihre direkt ausgestrahlten Nachrichtensendungen nach der direkten Ausstrahlung im Abrufmodus anzubieten, weiterhin möglich ist, ohne dass die einzelnen Sendungen angepasst (d. h. die kurzen Auszüge herausgeschnitten) werden müssen. Diese Möglichkeit sollte auf die Bereitstellung der identischen Fernsehsendung im Abrufmodus durch denselben Mediendienstanbieter beschränkt werden, so dass sie nicht dazu genutzt werden kann, neue Geschäftsmodelle von Abrufdiensten auf der Grundlage kurzer Auszüge zu schaffen.

(42) Audiovisuelle Mediendienste auf Abruf unterscheiden sich von Fernsehprogrammen darin, welche Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten der Nutzer hat und welche Auswirkungen sie auf die Gesellschaft haben (22). Deshalb ist es gerechtfertigt, für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf weniger strenge Vorschriften zu erlassen, so dass sie nur den Grundvorschriften dieser Richtlinie unterliegen sollten.

(43) Aufgrund der Besonderheiten audiovisueller Mediendienste, insbesondere ihres Einflusses auf die Meinungsbildung der Menschen, müssen die Nutzer genau wissen, wer für den Inhalt dieser Dienste verantwortlich ist. Es ist daher für die Mitgliedstaaten wichtig zu gewährleisten, dass die Nutzer jederzeit leicht und unmittelbar Zugang zu Informationen über den Mediendienstanbieter haben. Die Mitgliedstaaten legen die praktischen Einzelheiten fest, wie dies unbeschadet sonstiger einschlägiger Bestimmungen des Gemeinschaftsrechts erreicht werden soll.

(44) Die Verfügbarkeit schädlicher Inhalte im Bereich der audiovisuellen Mediendienste gibt nach wie vor Anlass zur Sorge für den Gesetzgeber, die Medienbranche und die Eltern. Gerade im Zusammenhang mit neuen Plattformen und neuen Produkten werden hier neue Herausforderungen entstehen. Deshalb ist es notwendig, Vorschriften zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger sowie zur Wahrung der Menschenwürde in allen audiovisuellen Mediendiensten, einschließlich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, zu erlassen.

(45) Etwaige Maßnahmen zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger und zur Wahrung der Menschenwürde sollten sorgfältig gegen das in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verankerte Grundrecht auf Meinungsfreiheit abgewogen werden. Ziel dieser Maßnahmen, wie z. B. Verwendung persönlicher Identifizierungskennzahlen (PIN-Codes), Filtersystemen

(21) ABl. L 167 vom 22. 6. 2001, S. 10.

(22) Rechtssache C-89/04, Mediakabel.

(20) ABl. L 378 vom 27. 12. 2006, S. 72.

oder Kennzeichnungen, sollte daher die Gewährleistung eines angemessenen Schutzes der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger und des Schutzes der Menschenwürde, insbesondere in Bezug auf audiovisuelle Mediendienste auf Abruf, sein. In der Empfehlung über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde und über das Recht auf Gegendarstellung wurde bereits die Bedeutung von Filtersystemen und Kennzeichnungen anerkannt; sie enthält ferner mehrere mögliche Maßnahmen zugunsten Minderjähriger wie die systematische Bereitstellung eines wirksamen, aktualisierbaren und leicht nutzbaren Filtersystems für Nutzer, sobald diese einen Internetzugang abonnieren, oder die Ausstattung des Zugangs zu kinderspezifischen Internetdiensten mit einem automatischen Filtersystem.

(46) Mediendienstanbieter, die der Rechtshoheit der Mitgliedstaaten unterstehen, sollten in jedem Fall dem Verbot der Verbreitung von Kinderpornografie in Einklang mit dem Rahmenbeschluss 2004/68/JI des Rates vom 22. Dezember 2003 zur Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern und der Kinderpornografie<sup>(23)</sup> unterliegen.

(47) Die Bestimmungen dieser Richtlinie zum Schutz der körperlichen, geistigen und sittlichen Entwicklung Minderjähriger und dem Schutz der Menschenwürde erfordern nicht notwendigerweise, dass zur Durchführung der Maßnahmen zum Schutz dieser Interessen eine vorherige Prüfung audiovisueller Mediendienste durch öffentliche Einrichtungen stattfinden muss.

(48) Audiovisuelle Mediendienste auf Abruf besitzen das Potenzial, Fernsehprogramme teilweise zu ersetzen. Sie sollten daher im Rahmen des praktisch Durchführbaren die Produktion und Verbreitung europäischer Werke vorantreiben und damit einen aktiven Beitrag zur Förderung der kulturellen Vielfalt leisten. Diese Unterstützung für europäische Werke könnte zum Beispiel in einem finanziellen Beitrag solcher Dienste zur Produktion europäischer Werke und zum Erwerb von Rechten an europäischen Werken, einem Mindestanteil europäischer Werke in Katalogen von Video auf Abruf oder in der attraktiven Präsentation europäischer Werke bei elektronischen Programmführern bestehen. Es ist wichtig, die Anwendung der Bestimmungen über die Förderung europäischer Werke und Werke unabhängiger Produzenten durch die audiovisuellen Mediendienste regelmäßig zu überprüfen. Bei der Berichterstattung gemäß dieser Richtlinie sollten die Mitgliedstaaten insbesondere auch auf den finanziellen Anteil solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken, den Anteil europäischer Werke an den Katalogen audiovisueller Mediendienste sowie die tatsächliche Nutzung der von solchen Diensten angebotenen europäischen Werke eingehen.

(49) Bei der Festlegung, was unter dem in Artikel 5 der Richtlinie 89/552/EWG genannten Begriff »Hersteller, die von den Fernsehveranstaltern unabhängig sind« zu verstehen ist, sollten die Mitgliedstaaten insbesondere Kriterien wie das Eigentum an der Produktionsgesellschaft, den Umfang der demselben Fernsehveranstalter gelieferten Sendungen und das Eigentum an sekundären Rechten angemessen berücksichtigen.

(50) Bei der Umsetzung der Bestimmungen des Artikels 4 der Richtlinie 89/552/EWG sollten die Mitgliedstaaten die

(23) ABl. L 13 vom 20.1.2004, S. 44.

Fernsehveranstalter darin bestärken, einen angemessenen Anteil europäischer Koproduktionen und nichteinheimischer europäischer Werke zu berücksichtigen.

(51) Es muss gewährleistet werden, dass Kinospielefilme nur in den zwischen Rechteinhabern und Mediendienstanbietern vereinbarten Zeiträumen übertragen werden.

(52) Das Angebot an audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf steigert die Wahlmöglichkeiten des Verbrauchers. Detaillierte Bestimmungen über die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation erscheinen daher für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf weder gerechtfertigt noch aus technischer Sicht sinnvoll. Dennoch sind bei jeglicher audiovisueller kommerzieller Kommunikation nicht nur die Kennzeichnungsvorschriften, sondern auch qualitative Grundvorschriften zu beachten, damit die anerkannten ordnungspolitischen Ziele erreicht werden können.

(53) Das Recht auf Gegendarstellung ist ein geeignetes Rechtsmittel bei Fernsehsendungen und könnte auch im Online-Umfeld angewandt werden. Die Empfehlung über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde und über das Recht auf Gegendarstellung enthält bereits geeignete Leitlinien für die Umsetzung von Maßnahmen im innerstaatlichen Recht oder in der innerstaatlichen Praxis zur ausreichenden Gewährleistung des Rechts auf Gegendarstellung oder gleichwertiger Abhilfemaßnahmen im Zusammenhang mit Online-Medien.

(54) Wie die Kommission bereits in ihrer Auslegungsmitteilung über bestimmte Aspekte der in der Richtlinie »Fernsehen ohne Grenzen«<sup>(24)</sup> enthaltenen Werbevorschriften festgestellt hat, sind durch die Entwicklung neuer Werbetechniken und Marketingkonzepte neue wirksame Möglichkeiten für die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation im traditionellen Fernsehen entstanden, das auf diese Weise unter gleichen Voraussetzungen im Wettbewerb mit innovativen Abrufdiensten besser bestehen kann.

(55) Aufgrund der wirtschaftlichen und technologischen Entwicklung haben die Nutzer eine immer größere Auswahl, damit aber auch eine größere Verantwortung bei der Nutzung audiovisueller Mediendienste. Damit die Ziele des Allgemeininteresses angemessen verwirklicht werden können, sollten etwaige Vorschriften eine ausreichende Flexibilität in Bezug auf Fernsehprogramme zulassen. Der Trennungsgrundsatz sollte auf Fernsehwerbung und Teleshopping beschränkt werden, die Produktplatzierung sollte unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt werden – sofern ein Mitgliedstaat nicht etwas anderes beschließt – und einige quantitative Beschränkungen sollten aufgehoben werden. Produktplatzierung, die den Charakter von Schleichwerbung hat, sollte jedoch verboten bleiben. Der Einsatz neuer Werbetechniken sollte durch den Trennungsgrundsatz nicht ausgeschlossen werden.

(56) Abgesehen von den Praktiken, die unter die vorliegende Richtlinie fallen, gilt die Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern<sup>(25)</sup> für unlautere Geschäftspraktiken, darunter auch für irreführende und aggressive Praktiken in audiovisuellen Mediendiensten. Da überdies die Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten-

(24) ABl. C 102 vom 28.4.2004, S. 2.

(25) ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22.

ten von Tabakerzeugnissen<sup>(26)</sup>, die Werbung und Sponsoring für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse in Printmedien, Diensten der Informationsgesellschaft und in Hörfunksendungen verbietet, unbeschadet der Richtlinie 89/552/EWG gilt, sollte das Verhältnis zwischen der Richtlinie 2003/33/EG und der Richtlinie 89/552/EWG im Hinblick auf die besonderen Merkmale audiovisueller Mediendienste vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie ebenfalls unberührt bleiben. Artikel 88 Absatz 1 der Richtlinie 2001/83/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. November 2001 zur Schaffung eines Gemeinschaftskodexes für Humanarzneimittel<sup>(27)</sup>, der die Öffentlichkeitswerbung für bestimmte Arzneimittel verbietet, gilt, wie in Artikel 88 Absatz 5 vorgesehen, unbeschadet des Artikels 14 der Richtlinie 89/552/EWG. Das Verhältnis zwischen der Richtlinie 2001/83/EG und der Richtlinie 89/552/EWG sollte vom Inkrafttreten der vorliegenden Richtlinie unberührt bleiben. Ferner sollte die vorliegende Richtlinie die Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel<sup>(28)</sup> unberührt lassen.

(57) In Anbetracht der zunehmenden Möglichkeiten für die Zuschauer, durch den Einsatz neuer Technologien wie persönlicher digitaler Videorecorder und der zunehmenden Auswahl an Fernsehkanälen Werbung zu umgehen, sind detaillierte Vorschriften über Werbeeinschübe zum Schutz der Zuschauer nicht mehr notwendig. Durch diese Richtlinie sollte nicht die zulässige Werbedauer pro Stunde erhöht, sondern den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität eingeräumt werden, sofern dadurch nicht der Zusammenhang der Sendungen in Frage gestellt wird.

(58) Diese Richtlinie dient der Wahrung des besonderen Charakters des europäischen Fernsehens, in der Werbung vorzugsweise zwischen den Sendungen gezeigt wird, und beschränkt deshalb die Möglichkeiten der Unterbrechung von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen sowie bestimmter anderer Sendungskategorien, die noch eines speziellen Schutzes bedürfen.

(59) Die früher bestehende Begrenzung der täglichen Fernsehwerbedauer war in der Praxis kaum von Bedeutung. Wichtiger ist die stündliche Begrenzung, weil sie auch für die Hauptsendezeit gilt. Deshalb sollte die tägliche Höchstdauer abgeschafft, die stündliche Begrenzung für Fernsehwerbe- und Teleshoppingspots jedoch beibehalten werden. Auch die zeitlichen Beschränkungen für Teleshopping- und Werbekanäle sind angesichts der größeren Auswahl des Verbrauchers anscheinend nicht mehr gerechtfertigt. Die Beschränkung bei Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots auf 20 % Werbezeit pro voller Stunde für gilt jedoch nach wie vor. Der Begriff »Fernsehwerbespot« sollte als Fernsehwerbung im Sinne des Artikels 1 Buchstabe i der Richtlinie 89/552/EWG in der durch die vorliegende Richtlinie geänderten Fassung mit einer Dauer von nicht mehr als 12 Minuten aufgefasst werden.

(60) Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation wird von dieser Richtlinie wegen ihrer nachteiligen Auswirkungen auf die Verbraucher verboten. Das Verbot von Schleichwerbung in der audiovisuellen kom-

merziellen Kommunikation sollte nicht für die rechtmäßige Produktplatzierung im Rahmen dieser Richtlinie gelten, sofern die Zuschauer angemessen auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden. Dies kann dadurch erfolgen, dass darauf hingewiesen wird, dass in der gegebenen Sendung gerade eine Produktplatzierung stattfindet, beispielsweise durch ein neutrales Logo.

(61) Produktplatzierung ist eine Tatsache in Kinospielefilmen und audiovisuellen Fernsehproduktionen, sie wird aber von den Mitgliedstaaten unterschiedlich geregelt. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und damit die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Medien zu verbessern, ist es notwendig, Regelungen für die Produktplatzierung zu treffen. Die Definition des Begriffs »Produktplatzierung« durch diese Richtlinie sollte alle Formen audiovisueller kommerzieller Kommunikation erfassen, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise sollte nur als Produktplatzierung gelten, wenn die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von bedeutendem Wert sind. Für Produktplatzierung sollten die gleichen qualitativen Vorschriften und Beschränkungen gelten wie für audiovisuelle kommerzielle Kommunikation. Das entscheidende Kriterium zur Unterscheidung zwischen »Sponsoring« und »Produktplatzierung« ist der Umstand, dass bei der Produktplatzierung der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist, weshalb die Definition in Artikel 1 Buchstabe m der Richtlinie 89/552/EWG in der durch die vorliegende Richtlinie geänderten Fassung das Wort »innerhalb« enthält. Hinweise auf Sponsoren dagegen können während einer Sendung gezeigt werden, sind aber nicht Teil der Handlung.

(62) Produktplatzierung sollte grundsätzlich verboten sein. Ausnahmen auf der Grundlage einer Positivliste sind jedoch angemessen für bestimmte Arten von Sendungen. Ein Mitgliedstaat sollte die Möglichkeit haben, diese Ausnahmen ganz oder teilweise abzulehnen, beispielsweise indem er die Produktplatzierung nur in Sendungen gestattet, die nicht ausschließlich in seinem Hoheitsgebiet produziert wurden.

(63) Darüber hinaus sollten Sponsoring und Produktplatzierung verboten sein, sofern sie den Inhalt von Sendungen in der Weise beeinflussen, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird. Dies ist bei Themenplatzierung der Fall.

(64) Das Recht von Menschen mit Behinderungen und älteren Menschen auf Teilnahme am sozialen und kulturellen Leben der Gemeinschaft ist untrennbar mit der Bereitstellung zugänglicher audiovisueller Mediendienste verbunden. Die Mittel, um das zu erreichen, sollten unter anderem Gebärdensprache, Untertitelung, Audiobeschreibung und leicht verständliche Menüführung umfassen.

(65) Gemäß den Pflichten, die den Mitgliedstaaten durch den Vertrag auferlegt sind, sind sie verantwortlich für die Umsetzung und wirksame Durchführung dieser Richtlinie. Es steht ihnen frei, die geeigneten Instrumente entsprechend ihren Rechtstraditionen und etablierten Strukturen und insbesondere die Form ihrer zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen zu wählen, damit sie ihre Maßnahmen zur Umsetzung dieser Richtlinie unparteiisch und transparent durchführen können. Insbesondere sollten die von den Mitgliedstaaten gewählten Instrumente einen Beitrag zur Förderung des Medienpluralismus leisten.

(26) ABl. L 152 vom 20. 6. 2003, S. 16.

(27) ABl. L 311 vom 28. 11. 2001, S. 67. Verordnung zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1901/2006 (AbI. L 378 vom 27. 12. 2006, S. 1).

(28) ABl. L 404 vom 30. 12. 2006, S. 9. Berichtigte Fassung in AbI. L 12 vom 18. 1. 2007, S. 3.

(66) Eine enge Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Regulierungsstellen der Mitgliedstaaten und der Kommission ist notwendig, um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Richtlinie sicherzustellen. In gleichem Maße ist die enge Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und zwischen den Regulierungsstellen der Mitgliedstaaten von besonderer Bedeutung in Bezug auf die Wirkung, die die in einem Mitgliedstaat niedergelassenen Fernsehveranstalter möglicherweise auf einen anderen Mitgliedstaat haben. Sind im innerstaatlichen Recht Zulassungsverfahren vorgesehen und ist mehr als ein Mitgliedstaat betroffen, so ist es wünschenswert, dass die jeweiligen zuständigen Stellen vor der Erteilung der betreffenden Zulassungen Verbindung miteinander aufnehmen. Diese Zusammenarbeit sollte sich auf alle Bereiche erstrecken, die durch die Richtlinie 89/552/EWG in der durch die vorliegende Richtlinie geänderten Fassung, insbesondere deren Artikel 2, 2a und 3, koordiniert werden.

(67) Da die Ziele dieser Richtlinie, nämlich die Schaffung eines Raums für audiovisuelle Mediendienste ohne innere Grenzen bei gleichzeitiger Sicherstellung eines hohen Schutzniveaus für Ziele allgemeinen Interesses, insbesondere der Schutz von Minderjährigen und der menschlichen Würde sowie die Förderung der Rechte der Menschen mit Behinderungen, auf Ebene der Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden können und daher wegen des Umfangs und der Wirkungen dieser Richtlinie besser auf Gemeinschaftsebene zu verwirklichen sind, kann die Gemeinschaft im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags niedergelegten Subsidiaritätsprinzip tätig werden. Entsprechend dem in demselben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Richtlinie nicht über das zur Erreichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus.

(68) Nach Nummer 34 der Interinstitutionellen Vereinbarung »Bessere Rechtsetzung«<sup>(29)</sup> sind die Mitgliedstaaten aufgefordert, für ihre eigenen Zwecke und im Interesse der Gemeinschaft eigene Tabellen aufzustellen, aus denen im Rahmen des Möglichen die Entsprechungen zwischen dieser Richtlinie und den Umsetzungsmaßnahmen zu entnehmen sind, und diese zu veröffentlichen –

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

#### ARTIKEL 1

Die Richtlinie 89/552/EWG wird wie folgt geändert:

1. Der Titel erhält folgende Fassung:

»Richtlinie 89/552/EWG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste)«;

2. Artikel 1 erhält folgende Fassung:

##### »Artikel 1

Für die Zwecke dieser Richtlinie bezeichnet der Ausdruck

a) »audiovisueller Mediendienst«

– eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 49 und 50 des Vertrags, für die ein Mediendiensteanbieter die redaktionelle Verantwortung trägt und deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG ist. Bei diesen audiovisuellen Mediendiensten handelt es sich entweder um Fernsehprogramme gemäß der Definition unter Buchstabe e des vorliegenden

Artikels oder um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß der Definition unter Buchstabe g des vorliegenden Artikels; und/oder

– die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation;

b) »Sendung« eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die Einzelbestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendepines oder Katalogs ist und deren Form und Inhalt mit der Form und dem Inhalt von Fernsehsendungen vergleichbar ist. Beispiele für Sendungen sind unter anderem Spielfilme, Sportberichte, Fernsehkomödien, Dokumentarfilme, Kindersendungen und Originalfernsehspiele;

c) »redaktionelle Verantwortung« die Ausübung einer wirklichen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendepines im Falle von Fernsehsendungen oder mittels eines Katalogs im Falle von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf. Die redaktionelle Verantwortung begründet nicht zwangsläufig eine rechtliche Haftung nach innerstaatlichem Recht für die bereitgestellten Inhalte oder Dienste;

d) »Mediendiensteanbieter« die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden;

e) »Fernsehprogramm« (d.h. ein linearer audiovisueller Mediendienst) einen audiovisuellen Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendepines bereitgestellt wird;

f) »Fernsehveranstalter« einen Mediendiensteanbieter, der Fernsehprogramme bereitstellt;

g) »audiovisueller Mediendienst auf Abruf« (d.h. ein nichtlinearer audiovisueller Mediendienst) einen audiovisuellen Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendiensteanbieter festgelegten Programmekatalog bereitgestellt wird;

h) »audiovisuelle kommerzielle Kommunikation« Bilder mit oder ohne Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen. Diese Bilder sind einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen unter anderem Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung;

i) »Fernsehwerbung« jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Fernsehen von einem öffentlich-rechtlichen oder privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern;

j) »Schleichwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation« die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marke oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Mediendiensteanbieter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit über ihren eigentlichen Zweck irreführen kann.

(29) ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1.

Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt;

k) »Sponsoring«: jeden Beitrag von nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;

l) »Teleshopping«: Sendungen direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt;

m) »Produktplatzierung«: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen;

n) i) »europäische Werke«

– Werke aus den Mitgliedstaaten;

– Werke aus europäischen Drittländern, die Vertragsparteien des Europäischen Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen des Europarates sind, sofern diese Werke die Voraussetzungen nach Ziffer ii erfüllen;

– Werke, die im Rahmen der zwischen der Gemeinschaft und Drittländern im audiovisuellen Bereich geschlossenen Abkommen in Koproduktion hergestellt werden und die den in den einzelnen Abkommen jeweils festgelegten Voraussetzungen entsprechen.

– Die Anwendung des zweiten und des dritten Gedankenstrichs setzt voraus, dass in dem betreffenden Drittstaat keine diskriminierenden Maßnahmen gegen Werke aus den Mitgliedstaaten bestehen.

ii) Werke im Sinne von Ziffer i erster und zweiter Gedankenstrich sind Werke, die im Wesentlichen in Zusammenarbeit mit in einem oder mehreren der in Ziffer i erster und zweiter Gedankenstrich genannten Staaten ansässigen Autoren und Arbeitnehmern geschaffen wurden und eine der drei folgenden Voraussetzungen erfüllen:

– Sie sind von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) geschaffen worden oder

– ihre Herstellung wird von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) überwacht und tatsächlich kontrolliert oder

– der Beitrag von Koproduzenten aus diesen Staaten zu den Gesamtproduktionskosten beträgt mehr als die Hälfte, und die Koproduktion wird nicht von einem bzw. mehreren außerhalb dieser Staaten niedergelassenen Hersteller(n) kontrolliert.

iii) Werke, die keine europäischen Werke im Sinne der Ziffer i sind, jedoch im Rahmen von bilateralen Koproduktionsverträgen zwischen Mitgliedstaaten und Drittländern hergestellt werden, werden als europäische Werke betrachtet, sofern die Koproduzenten aus der Gemeinschaft einen mehrheitlichen Anteil der Gesamtproduktionskosten tragen und die Herstellung nicht von einem oder mehreren außerhalb des Hoheitsgebiets der Mitgliedstaaten niedergelassenen Hersteller(n) kontrolliert wird.«;

3. Artikel 2 erhält folgende Fassung:

#### »Artikel 2

(1) Jeder Mitgliedstaat sorgt dafür, dass alle audiovisuellen Mediendienste, die von seiner Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern übertragen werden, den Vorschriften des Rechtssystems entsprechen, die auf für die Allgemeinheit bestimmte audiovisuelle Mediendienste in diesem Mitgliedstaat anwendbar sind.

(2) Für die Zwecke dieser Richtlinie unterliegen diejenigen Mediendienstanbieter der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats, a) die gemäß Absatz 3 in diesem Mitgliedstaat niedergelassen sind oder

b) auf die Absatz 4 anwendbar ist.

(3) Für die Zwecke dieser Richtlinie gilt ein Mediendienstanbieter in folgenden Fällen als in einem Mitgliedstaat niedergelassen:

a) Der Mediendienstanbieter hat seine Hauptverwaltung in diesem Mitgliedstaat, und die redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst werden in diesem Mitgliedstaat getroffen.

b) Wenn ein Mediendienstanbieter seine Hauptverwaltung in einem Mitgliedstaat hat, die Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einem anderen Mitgliedstaat getroffen werden, gilt er als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals tätig ist. Ist ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in jedem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der Mediendienstanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er seine Hauptverwaltung hat. Ist ein wesentlicher Teil des erforderlichen mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in keinem dieser Mitgliedstaaten tätig, so gilt der Mediendienstanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem er zuerst mit seiner Tätigkeit nach Maßgabe des Rechts dieses Mitgliedstaats begonnen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats weiter besteht.

c) Wenn ein Mediendienstanbieter seine Hauptverwaltung in einem Mitgliedstaat hat, die Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einem Drittland getroffen werden, oder wenn der umgekehrte Fall vorliegt, gilt er als in dem betreffenden Mitgliedstaat niedergelassen, wenn ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in diesem Mitgliedstaat tätig ist.

(4) Mediendienstanbieter, auf die Absatz 3 nicht anwendbar ist, gelten in folgenden Fällen als Anbieter, die der Rechtshoheit eines Mitgliedstaats unterliegen:

a) Sie nutzen eine in diesem Mitgliedstaat gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke.

b) Sie nutzen zwar keine in diesem Mitgliedstaat gelegene Satelliten-Bodenstation für die Aufwärtsstrecke, aber eine diesem Mitgliedstaat gehörende Übertragungskapazität eines Satelliten.

(5) Kann die Frage, welcher Mitgliedstaat die Rechtshoheit ausübt, nicht nach den Absätzen 3 und 4 entschieden werden, so liegt die Zuständigkeit bei dem Mitgliedstaat, in dem der Mediendienstanbieter gemäß den Artikeln 43 bis 48 des Vertrags niedergelassen ist.

(6) Diese Richtlinie gilt nicht für audiovisuelle Mediendienste, die ausschließlich zum Empfang in Drittländern bestimmt sind und die nicht unmittelbar oder mittelbar von

der Allgemeinheit mit handelsüblichen Verbraucherendgeräten in einem oder mehreren Mitgliedstaaten empfangen werden.«;

4. Artikel 2a wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 erhält folgende Fassung:

»(1) Die Mitgliedstaaten gewährleisten den freien Empfang und behindern nicht die Weiterverbreitung von audiovisuellen Mediendiensten aus anderen Mitgliedstaaten in ihrem Hoheitsgebiet aus Gründen, die Bereiche betreffen, die durch diese Richtlinie koordiniert sind.«;

b) in Absatz 2 erhalten der Einleitungssatz und Buchstabe a folgende Fassung:

»(2) Bei Fernsehprogrammen können die Mitgliedstaaten vorübergehend von Absatz 1 abweichen, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

a) Mit einem Fernsehprogramm aus einem anderen Mitgliedstaat wird in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen Artikel 22 Absatz 1 oder 2 und/oder Artikel 3b verstoßen;«;

c) die folgenden Absätze werden angefügt:

»(4) Bei Abrufdiensten können die Mitgliedstaaten Maßnahmen ergreifen, um bezüglich eines bestimmten Dienstes von Absatz 1 abzuweichen, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

a) Die Maßnahmen

i) sind aus einem der folgenden Gründe erforderlich:

– Schutz der öffentlichen Ordnung, insbesondere Verhütung, Ermittlung, Aufklärung und Verfolgung von Straftaten, einschließlich des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Hetze aus Gründen der Rasse, des Geschlechts, des Glaubens oder der Nationalität, sowie von Verletzungen der Menschenwürde einzelner Personen,  
– Schutz der öffentlichen Gesundheit,  
– Schutz der öffentlichen Sicherheit, einschließlich der Wahrung nationaler Sicherheits- und Verteidigungsinteressen,  
– Schutz der Verbraucher, einschließlich des Schutzes von Anlegern;

ii) betreffen einen bestimmten audiovisuellen Mediendienst auf Abruf, der die unter Ziffer i genannten Schutzziele beeinträchtigt oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr einer Beeinträchtigung dieser Ziele darstellt;

iii) stehen in einem angemessenen Verhältnis zu diesen Schutzzielen.

b) Der Mitgliedstaat hat vor Ergreifen der betreffenden Maßnahmen unbeschadet etwaiger Gerichtsverfahren, einschließlich Vorverfahren und Schritten im Rahmen einer strafrechtlichen Ermittlung,

– den Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, aufgefordert, Maßnahmen zu ergreifen, und dieser hat keine derartigen Maßnahmen ergriffen oder die von ihm getroffenen Maßnahmen sind unzulänglich;

– die Kommission und den Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, über seine Absicht, derartige Maßnahmen zu ergreifen, unterrichtet.

(5) Die Mitgliedstaaten können in dringenden Fällen von den in Absatz 4 Buchstabe b genannten Bedingungen abweichen. In diesem Fall müssen die Maßnahmen unverzüglich und unter Angabe der Gründe, aus denen der Mitgliedstaat der Auffassung ist, dass es sich um einen dringenden Fall handelt, der Kommission und dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, mitgeteilt werden.

(6) Unbeschadet der Möglichkeit des Mitgliedstaats, die betreffenden Maßnahmen durchzuführen, prüft die Kommission innerhalb kürzestmöglicher Zeit, ob die in den Absätzen 4 und 5 genannten Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind. Gelangt sie zu dem Schluss, dass die Maßnahmen nicht mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind, so fordert sie den betreffenden Mitgliedstaat auf, davon Abstand zu nehmen, die geplanten Maßnahmen zu ergreifen, bzw. bereits ergriffene Maßnahmen unverzüglich einzustellen.«;

5. Artikel 3 erhält folgende Fassung:

»Artikel 3

(1) Die Mitgliedstaaten können Mediendiensteanbieter, die ihrer Rechtshoheit unterworfen sind, verpflichten, strengere oder ausführlicheren Bestimmungen in den von dieser Richtlinie koordinierten Bereichen nachzukommen, sofern diese Vorschriften im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht stehen.

(2) In Fällen, in denen ein Mitgliedstaat

a) sein Recht nach Absatz 1 in Anspruch genommen hat, um im Allgemeininteresse liegende ausführlichere oder strengere Bestimmungen zu erlassen, und

b) zu dem Schluss gelangt, dass ein der Rechtshoheit eines anderen Mitgliedstaats unterworfenen Fernsehveranstalter Fernsehprogramme erbringt, die ganz oder vorwiegend auf sein Gebiet ausgerichtet sind,

kann er sich mit dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Fernsehveranstalter unterworfen ist, in Verbindung setzen, um für auftretende Schwierigkeiten eine beiderseits zufrieden stellende Lösung zu finden. Auf begründetes Ersuchen des erstgenannten Mitgliedstaats fordert der Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Fernsehveranstalter unterworfen ist, diesen auf, die betreffenden im Allgemeininteresse liegenden Bestimmungen einzuhalten. Der Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Fernsehveranstalter unterworfen ist, unterrichtet den erstgenannten Mitgliedstaat binnen zwei Monaten über die im Anschluss an das Ersuchen erzielten Ergebnisse. Jeder der beiden Mitgliedstaaten kann den gemäß Artikel 23a eingesetzten Kontaktausschuss um Prüfung des Falles ersuchen.

(3) Gelangt der erstgenannte Mitgliedstaat zu dem Schluss,

a) dass die aufgrund der Anwendung des Absatzes 2 erzielten Ergebnisse nicht zufrieden stellend sind und

b) dass der betreffende Fernsehveranstalter sich in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit er unterworfen ist, niedergelassen hat, um die strengeren Bestimmungen in den von dieser Richtlinie erfassten Bereichen, denen er unterliegen würde, wenn er im erstgenannten Mitgliedstaat niedergelassen wäre, zu umgehen, so kann er gegen den betreffenden Fernsehveranstalter angemessene Maßnahmen ergreifen. Diese Maßnahmen müssen objektiv erforderlich sein, auf nichtdiskriminierende Weise angewandt werden sowie verhältnismäßig zur Erreichung der damit verfolgten Ziele sein.

(4) Ein Mitgliedstaat darf Maßnahmen gemäß Absatz 3 nur ergreifen, wenn die folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

a) Der betreffende Mitgliedstaat hat der Kommission und dem Mitgliedstaat, in dem der Fernsehveranstalter niedergelassen ist, seine Absicht mitgeteilt, derartige Maßnahmen zu ergreifen, und die Gründe dargelegt, auf die er seine Beurteilung stützt;

b) die Kommission hat entschieden, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind und dass ins-

besondere die Beurteilungen des Mitgliedstaats, der die Maßnahmen nach den Absätzen 2 und 3 trifft, zutreffend begründet sind.

(5) Die Kommission trifft ihre Entscheidung innerhalb von drei Monaten nach der Mitteilung gemäß Absatz 4 Buchstabe a. Entschendet die Kommission, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht nicht vereinbar sind, so darf der betreffende Mitgliedstaat die geplanten Maßnahmen nicht ergreifen.

(6) Die Mitgliedstaaten sorgen mit geeigneten Mitteln im Rahmen ihrer Rechtsvorschriften dafür, dass die jeweils ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter die Bestimmungen dieser Richtlinie tatsächlich einhalten.

(7) Die Mitgliedstaaten fördern Regelungen zur Ko- und/oder Selbstregulierung auf nationaler Ebene in den durch diese Richtlinie koordinierten Bereichen in dem nach ihrem jeweiligen Rechtssystem zulässigen Maße. Diese Regelungen müssen derart gestaltet sein, dass sie von den Hauptbeteiligten in den betreffenden Mitgliedstaaten allgemein anerkannt werden und dass eine wirksame Durchsetzung gewährleistet ist.

(8) Die Richtlinie 2000/31/EG findet Anwendung, soweit in der vorliegenden Richtlinie nichts anderes vorgesehen ist. Im Falle einer Kollision zwischen einer Bestimmung der Richtlinie 2000/31/EG und einer Bestimmung der vorliegenden Richtlinie sind die Bestimmungen der vorliegenden Richtlinie maßgeblich, sofern in der vorliegenden Richtlinie nichts anderes vorgesehen ist.«;

6. Artikel 3a wird gestrichen;

7. das folgende Kapitel wird eingefügt:

#### »KAPITEL II A

#### **BESTIMMUNGEN FÜR ALLE AUDIOVISUELLEN MEDIEDIENSTE«**

##### **Artikel 3a**

Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Anbieter audiovisueller Mediendienste den Empfängern eines Dienstes mindestens die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig zugänglich machen:

- a) den Namen des Mediendiensteanbieters;
- b) die geografische Anschrift, unter der der Mediendiensteanbieter niedergelassen ist;
- c) Angaben, die es ermöglichen, mit dem Mediendiensteanbieter schnell Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und wirksam mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner E-Mail-Adresse oder seiner Internetseite;
- d) gegebenenfalls die zuständigen Regulierungs- oder Aufsichtsstellen.

##### **Artikel 3b**

Die Mitgliedstaaten sorgen mit angemessenen Mitteln dafür, dass die audiovisuellen Mediendienste, die von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden, nicht zu Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Staatsangehörigkeit aufstacheln.

##### **Artikel 3c**

Die Mitgliedstaaten bestärken die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Mediendiensteanbieter darin, ihre Dienste schrittweise für Hörgeschädigte und Sehbehinderte zugänglich zu machen.

##### **Artikel 3d**

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter Kinospielefilme nicht zu anderen als den Rechteinhabern vereinbarten Zeiten übertragen.

##### **Artikel 3e**

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt wird, folgenden Anforderungen genügt:

a) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation muss leicht als solche zu erkennen sein. Schleicherwerbung in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ist verboten.

b) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen keine Techniken der unterschweligen Beeinflussung eingesetzt werden.

c) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht

- i) die Menschenwürde verletzen;
- ii) Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung beinhalten oder fördern;
- iii) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;
- iv) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden.

d) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse ist untersagt.

e) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke darf nicht speziell an Minderjährige gerichtet sein und darf nicht den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern.

f) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ist untersagt für Arzneimittel und medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendiensteanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

g) Audiovisuelle Kommunikation darf nicht zur körperlichen oder seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Daher darf sie keine direkten Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen, nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben, und Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

(2) Die Mitgliedstaaten und die Kommission bestärken die Anbieter von Mediendiensten darin, Verhaltenskodizes für unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation zu entwickeln, die Kindersendungen begleitet oder darin enthalten ist und Lebensmittel und Getränke betrifft, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere solche wie Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird.

##### **Artikel 3f**

(1) Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

a) Ihr Inhalt und – bei Fernsehsendungen – ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.

b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen anregen, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

c) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Sponsoring-Vereinbarung hingewiesen werden. Gesponserte Sendungen sind – beispielsweise durch den Namen, das Firmenemblem und/oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen – in angemessener Weise zum Beginn, während und/oder zum Ende der Sendung eindeutig zu kennzeichnen.

(2) Audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

(3) Beim Sponsoring von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens geworben werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendienstanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

(4) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. Die Mitgliedstaaten können sich dafür entscheiden, das Zeigen von Sponsorenlogos in Kindersendungen, Dokumentarfilmen und Sendungen religiösen Inhalts zu untersagen.

#### **Artikel 3g**

(1) Produktplatzierung ist untersagt.

(2) Sofern die Mitgliedstaaten nichts anderes beschließen, ist Produktplatzierung abweichend von Absatz 1 zulässig

– in Kinofilmen, Filmen und Serien für audiovisuelle Mediendienste, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung oder

– wenn kein Entgelt geleistet wird, sondern lediglich bestimmte Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen und Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in Sendungen kostenlos bereitgestellt werden.

Die Abweichung nach dem ersten Gedankenstrich gilt nicht für Kindersendungen.

Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, müssen mindestens alle folgenden Voraussetzungen erfüllen:

a) Ihr Inhalt und – bei Fernsehsendungen – ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

b) Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete bzw. Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

c) Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.

d) Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden. Sendungen mit Produktplatzierung sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung angemessen zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern. In Ausnahmefällen können die Mitgliedstaaten von den Anforderungen des Buchstabens d absehen, sofern die betreffende Sendung nicht vom Mediendienstanbieter selbst oder von einem mit dem Mediendienstanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde.

(3) Sendungen dürfen unter keinen Umständen die folgenden Produktplatzierungen enthalten:

– Produktplatzierung zugunsten von Zigaretten oder Tabakerzeugnissen oder zugunsten von Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist, oder

– Produktplatzierung zugunsten von bestimmten Arzneimitteln oder medizinischen Behandlungen, die in dem Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit der Mediendienstanbieter unterworfen ist, nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

(4) Die Absätze 1, 2 und 3 gelten nur für Sendungen, die nach dem 19. Dezember 2009 produziert werden.«;

**8.** das folgende Kapitel wird eingefügt:

#### **»KAPITEL IIB**

#### **SONDERBESTIMMUNGEN FÜR AUDIOVISUELLE MEDIEDIENSTE AUF ABRUF**

##### **Artikel 3h**

Die Mitgliedstaaten ergreifen angemessene Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass audiovisuelle Mediendienste auf Abruf, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern bereitgestellt werden und die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnten, nur so bereitgestellt werden, dass sichergestellt ist, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht gehört oder gesehen werden können.

##### **Artikel 3i**

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür, dass audiovisuelle Mediendienste auf Abruf, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienstanbietern bereitgestellt werden, die Produktion europäischer Werke und den Zugang hierzu fördern. Diese Förderung könnte sich unter anderem auf den finanziellen Beitrag solcher Dienste an der Produktion europäischer Werke und am Erwerb von Rechten an europäischen Werken oder auf den Anteil und/oder die Herausstellung europäischer Werke in dem von diesem audiovisuellen Mediendienst auf Abruf angebotenen Programm katalog beziehen.

(2) Die Mitgliedstaaten berichten der Kommission spätestens am 19. Dezember 2011 und anschließend alle vier Jahre über die Durchführung des Absatzes 1.

(3) Auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten übermittelten Informationen und einer unabhängigen Studie erstatet die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat über die Anwendung des Absatzes 1 Bericht und trägt dabei der Marktlage und den technischen Entwicklungen sowie dem Ziel der kulturellen Vielfalt Rechnung.«;

**9.** das folgende Kapitel wird eingefügt:

#### **»KAPITEL IIC**

#### **BESTIMMUNGEN ÜBER AUSSCHLIESSLICHE RECHTE AN UND KURZBERICHTERSTATTUNG IN FERNSEHSENDUNGEN**

##### **Artikel 3j**

(1) Jeder Mitgliedstaat kann im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht Maßnahmen ergreifen, mit denen sichergestellt werden soll, dass die seiner Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter nicht Ereignisse, denen der betreffende Mitgliedstaat eine erhebliche gesellschaftliche Bedeutung beimisst, auf Ausschließlichkeitsbasis in der Weise übertragen, dass einem bedeutenden Teil der Öffentlichkeit in dem Mitgliedstaat die Möglichkeit vorenthalten wird, das Ereignis im Wege direkter oder zeitversetzter Berichterstattung in einer frei zugänglichen Fernsehsendung zu verfolgen. Falls ein Mitgliedstaat entsprechende Maßnahmen ergreift, so erstellt er dabei eine Liste der nationalen und nichtnationalen Ereignisse, denen er eine erhebliche gesellschaftli-

che Bedeutung beizubehalten. Er trägt dafür auf eindeutige und transparente Weise rechtzeitig Sorge. Dabei legt der betreffende Mitgliedstaat auch fest, ob diese Ereignisse im Wege direkter Gesamt- oder Teilberichterstattung oder, sofern im öffentlichen Interesse aus objektiven Gründen erforderlich oder angemessen, im Wege zeitversetzter Gesamt- oder Teilberichterstattung verfügbar sein sollen.

(2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission unverzüglich alle Maßnahmen mit, die sie gemäß Absatz 1 getroffen haben oder in Zukunft treffen werden. Die Kommission prüft binnen drei Monaten nach der Mitteilung, ob die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind, und teilt sie den anderen Mitgliedstaaten mit. Sie holt die Stellungnahme des mit Artikel 23a eingesetzten Kontaktausschusses ein. Sie veröffentlicht die getroffenen Maßnahmen unverzüglich im Amtsblatt der Europäischen Union; mindestens einmal jährlich veröffentlicht sie eine konsolidierte Liste der von den Mitgliedstaaten getroffenen Maßnahmen.

(3) Die Mitgliedstaaten stellen im Rahmen des innerstaatlichen Rechts durch geeignete Maßnahmen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Fernsehveranstalter die von ihnen nach der Veröffentlichung dieser Richtlinie erworbenen ausschließlichen Rechte nicht in der Weise ausüben, dass einem bedeutenden Teil der Öffentlichkeit in einem anderen Mitgliedstaat die Möglichkeit vorenthalten wird, die von diesem anderen Mitgliedstaat gemäß den Absätzen 1 und 2 bezeichneten Ereignisse als direkte Gesamt- oder Teilberichterstattung oder, sofern im öffentlichen Interesse aus objektiven Gründen erforderlich oder angemessen, als zeitversetzte Gesamt- oder Teilberichterstattung in einer frei zugänglichen Fernsehsendung zu verfolgen, wie dies von dem anderen Mitgliedstaat gemäß Absatz 1 festgelegt worden ist.

#### **Artikel 3k**

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass jeder Fernsehveranstalter, der in der Gemeinschaft niedergelassen ist, zum Zwecke der Kurzberichterstattung einen fairen, angemessenen und diskriminierungsfreien Zugang zu Ereignissen hat, die von großem öffentlichen Interesse sind und die von einem der Rechtsstaaten der Mitgliedstaaten unterworfenen Fernsehveranstalter exklusiv übertragen werden.

(2) Wenn ein anderer Fernsehveranstalter, der in demselben Mitgliedstaat niedergelassen ist wie der um Zugang ersuchende Fernsehveranstalter, ausschließliche Rechte für das Ereignis von großem Interesse für die Öffentlichkeit erworben hat, muss der Zugang bei diesem Fernsehveranstalter beantragt werden.

(3) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass dieser Zugang garantiert ist, indem sie es den Fernsehveranstaltern erlauben, frei kurze Ausschnitte aus dem Sendesignal des übertragenden Fernsehveranstalters auszuwählen, wobei die Fernsehveranstalter dabei aber zumindest ihre Quelle angeben müssen, sofern dies nicht aus praktischen Gründen unmöglich ist.

(4) Als Alternative zu Absatz 3 kann ein Mitgliedstaat ein gleichwertiges System einrichten, das den Zugang mit anderen Mitteln unter fairen, angemessenen und diskriminierungsfreien Bedingungen ermöglicht.

(5) Kurze Ausschnitte werden ausschließlich für allgemeine Nachrichtensendungen verwendet und dürfen in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf nur verwendet werden, wenn die gleiche Sendung von demselben Mediendiensteanbieter zeitversetzt angeboten wird.

(6) Unbeschadet der Absätze 1 bis 5 sorgen die Mitgliedstaaten nach Maßgabe ihres Rechtssystems und im Einklang

mit ihren Gepflogenheiten dafür, dass die Modalitäten und Bedingungen für die Bereitstellung solcher kurzen Ausschnitte näher festgelegt werden, insbesondere etwaige Kostenerstattungsregelungen, die Höchstlänge der kurzen Ausschnitte und die Fristen für ihre Übertragung. Wird eine Kostenerstattung vorgesehen, so darf sie die unmittelbar mit der Gewährung des Zugangs verbundenen zusätzlichen Kosten nicht übersteigen.;

10. in Artikel 4 Absatz 1 Satz 1 wird der Satzteil »im Sinne des Artikels 6« gestrichen;

11. die Artikel 6 und 7 werden gestrichen;

12. der Titel des Kapitels IV erhält folgende Fassung:  
**»FERNSEHWERBUNG UND TELESHPING«;**

13. Artikel 10 erhält folgende Fassung:

#### **»Artikel 10**

(1) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Unbeschadet des Einsatzes neuer Werbetechniken müssen Fernsehwerbung und Teleshopping durch optische und/oder akustische und/oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungsteilen abgesetzt sein.

(2) Einzeln gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden.«;

14. Artikel 11 erhält folgende Fassung:

#### **»Artikel 11**

(1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass durch in laufende Sendungen eingefügte Fernsehwerbung oder Teleshopping-Spots der Zusammenhang der Sendungen unter Berücksichtigung der natürlichen Sendungsunterbrechungen sowie der Dauer und Art der Sendung nicht beeinträchtigt wird und die Rechte von Rechteinhabern nicht verletzt werden.

(2) Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal für Fernsehwerbung und/oder Teleshopping unterbrochen werden, jedoch nur, wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeprogramm mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.«;

15. die Artikel 12 und 13 werden gestrichen;

16. Artikel 14 Absatz 1 wird gestrichen;

17. die Artikel 16 und 17 werden gestrichen;

18. Artikel 18 erhält folgende Fassung:

#### **»Artikel 18**

(1) Der Anteil von Fernsehwerbespots und Teleshopping-Spots an der Sendezeit darf innerhalb einer vollen Stunde 20 % nicht überschreiten.

(2) Absatz 1 gilt nicht für Hinweise des Fernsehveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, Sponsorenhinweise und die Produktplatzierung.«;

19. Artikel 18a erhält folgende Fassung:

**»Artikel 18a**

Teleshopping-Fenster müssen optisch und akustisch klar als solche gekennzeichnet sein und eine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben.«;

20. Artikel 19 erhält folgende Fassung:

**»Artikel 19**

Die Bestimmungen dieser Richtlinie gelten entsprechend für reine Werbe- und Teleshopping-Fernsehkkanäle sowie für Fernsehkkanäle, die ausschließlich der Eigenwerbung dienen. Kapitel III sowie die Artikel 11 und 18 gelten nicht für solche Kanäle.«;

21. Artikel 19a wird gestrichen;

22. Artikel 20 erhält folgende Fassung:

**»Artikel 20**

Unbeschadet des Artikels 3 können die Mitgliedstaaten für Fernsehprogramme, die ausschließlich für ihr eigenes Hoheitsgebiet bestimmt sind und weder unmittelbar noch mittelbar in einem oder mehreren anderen Mitgliedstaaten öffentlich empfangen werden können, unter Einhaltung des Gemeinschaftsrechts andere als die in Artikel 11 Absatz 2 und in Artikel 18 festgelegten Bedingungen vorsehen.«;

23. der Titel des Kapitels V erhält folgende Fassung:

**»SCHUTZ MINDERJÄHRIGER BEI FERNSEHPROGRAMMEN«;**

24. die Artikel 22a und 22b werden gestrichen;

25. der Titel des Kapitels VI erhält folgende Fassung:

**»RECHT AUF GEGENDARSTELLUNG BEI FERNSEHPROGRAMMEN«;**

26. Artikel 23a Absatz 2 Buchstabe e erhält folgende Fassung:

»e) er erleichtert den Informationsaustausch zwischen den Mitgliedstaaten und der Kommission über die Lage und die Entwicklung bei den Ordnungstätigkeiten in Bezug auf die audiovisuellen Mediendienste, wobei die Politik der Gemeinschaft im audiovisuellen Bereich sowie relevante Entwicklungen im technischen Bereich berücksichtigt werden;«;

27. das folgende Kapitel wird eingefügt:

**»KAPITEL VI B**

**ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN DEN REGULIERUNGSSTELLEN DER MITGLIEDSTAATEN«**

**Artikel 23b**

Die Mitgliedstaaten ergreifen geeignete Maßnahmen, um sich gegenseitig und der Kommission, insbesondere über ihre zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen, die Informationen zu übermitteln, die für die Anwendung der Bestimmungen dieser Richtlinie und insbesondere der Artikel 2, 2a und 3 notwendig sind.«;

28. die Artikel 25 und 25a werden gestrichen;

29. Artikel 26 erhält folgende Fassung:

**»Artikel 26**

Spätestens am 19. Dezember 2011 und anschließend alle drei Jahre übermittelt die Kommission dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie und macht erforderlichenfalls Vorschläge zu ihrer

Anpassung an die Entwicklungen im Bereich der audiovisuellen Mediendienste, und zwar insbesondere im Lichte neuerer technologischer Entwicklungen der Wettbewerbsfähigkeit dieses Sektors und des Niveaus der Medienkompetenz in allen Mitgliedstaaten.

In diesem Bericht ist ferner die Frage der Fernsehwerbung bei oder in Kindersendungen zu untersuchen und insbesondere daraufhin zu bewerten, ob die quantitativen und qualitativen Bestimmungen dieser Richtlinie das geforderte Maß an Schutz gewährleistet haben.«.

**ARTIKEL 2**

Die Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Oktober 2004 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden<sup>(30)</sup> wird wie folgt geändert:

– Im Anhang »Richtlinien und Verordnungen« erhält die Nummer 4 gemäß Artikel 3 Buchstabe a folgende Fassung:

»4. Richtlinie 89/552/EWG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehätigkeit (\*): die Artikel 3h und 3i sowie die Artikel 10 bis 20. Zuletzt geändert durch die Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (\*\*).

**ARTIKEL 3**

(1) Die Mitgliedstaaten setzen die Rechts- und Verwaltungsvorschriften in Kraft, die erforderlich sind, um dieser Richtlinie spätestens ab dem 19. Dezember 2009 nachzukommen. Sie setzen die Kommission unverzüglich davon in Kenntnis. Wenn die Mitgliedstaaten diese Vorschriften erlassen, nehmen sie in den Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug. Die Mitgliedstaaten regeln die Einzelheiten der Bezugnahme.

(2) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission den Wortlaut der wichtigsten innerstaatlichen Rechtsvorschriften mit, die sie auf dem unter diese Richtlinie fallenden Gebiet erlassen.

**ARTIKEL 4**

Diese Richtlinie tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft.

**ARTIKEL 5**

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet. Geschehen zu Straßburg am 11. Dezember 2007.

Im Namen des Europäischen

Parlaments

Der Präsident

gez. H.-G. Pöttering

Im Namen des Rates

Der Präsident

gez. M. Lobo Antunes

(\*) ABl. L 298 vom 17.10.1989, S.23.

(\*\*) ABl. L 332 vom 18.12.2007, S.27.

(30) ABl. L 364 vom 9.12.2004, S.1. Geändert durch die Richtlinie 2005/29/EG.

## — Radio-Bremen-Gesetz (RBG) vom 23. Januar 2008

### ABSCHNITT 1

#### DIE ANSTALT UND IHR PROGRAMM

##### § 1

###### Rechtsform

(1) Die vom Land Bremen errichtete Rundfunkanstalt trägt den Namen »Radio Bremen«. Die Anstalt hat ihren Sitz in Bremen.

(2) Die Anstalt ist eine gemeinnützige Anstalt des öffentlichen Rechts. Sie hat das Recht der Selbstverwaltung im Rahmen dieses Gesetzes. Sie gibt sich eine Satzung.

(3) Ein Insolvenzverfahren über das Vermögen der Anstalt ist unzulässig.

(4) Der Rundfunkstaatsvertrag, der Rundfunkgebührenstaatsvertrag, der Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag, der ARD-Staatsvertrag und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag bleiben unberührt.

##### § 2

###### Aufgaben und Rechte

(1) Aufgabe der Anstalt ist die Veranstaltung von Rundfunk im Lande Bremen. Darüber hinaus bietet sie Telemedien nach Maßgabe der für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geltenden Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages an. Die Angebote der Anstalt dienen durch Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung als Medium und Faktor des Prozesses der freien Meinungsbildung der gesamten Bevölkerung. Die Anstalt hat das Recht, sachlich begründete Kritik an gesellschaftlichen Missständen, an Einrichtungen und Personen des öffentlichen Lebens zu üben.

(2) Die Anstalt soll eine Außenstelle in Bremerhaven unterhalten.

(3) Die Anstalt ist zur Wahrnehmung ihrer Aufgabe berechtigt,

1. mit anderen Rundfunkveranstaltern auf vertraglicher Grundlage Gemeinschaftsprogramme zu veranstalten und zu verbreiten,

2. in ihr Rahmenprogramm Eigenbeiträge nicht erwerbswirtschaftlich orientierter Dritter einzubeziehen,

3. nach Maßgabe von § 4 zur Veranstaltung und Verbreitung von Programmen mit Dritten zusammenzuarbeiten und sich zu diesem Zweck an anderen Unternehmungen zu beteiligen (§ 20), soweit die Beiträge der Anstalt als solche kenntlich gemacht werden,

4. programmbegleitend Druckwerke mit programmbezogenem Inhalt – auch in Gemeinschaft mit anderen Rundfunkanstalten – zu veröffentlichen, wenn dies zur Erfüllung ihrer Aufgabe erforderlich ist,

5. zur Herstellung und zur wirtschaftlichen Verwertung von Programmproduktionen mit Dritten zusammenzuarbeiten und sich zu diesem Zweck an anderen Unternehmen zu beteiligen (§ 20),

6. die erforderlichen Anlagen des Hörfunks und des Fernsehens einschließlich von Sendeanlagen zu betreiben,

7. sich im Übrigen in verbreitungstechnischer, programmlicher und finanzieller Hinsicht ebenso wie andere Rundfunkunternehmen im Geltungsbereich des Grundgesetzes aller für Rundfunkunternehmen gegenwärtig und künftig zur Verfügung stehenden Möglichkeiten zu bedienen; dazu gehört insbesondere die Möglichkeit, die Übertragungstech-

nik von Satelliten und Breitbandnetzen zu nutzen und im Rahmen der Anstaltsaufgaben neue Dienste mittels neuer Techniken anzubieten und

8. bei ihren Fernsehprogrammen ganztägig die Leerzeilen des Fernsehsignals auch für Fernsehtext zu nutzen.

(4) Die Anstalt ist verpflichtet, für eine größtmögliche Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit Sorge zu tragen. Zu diesem Zwecke macht sie insbesondere Satzungen, Richtlinien, Selbstverpflichtungen und Beschlüsse von wesentlicher Bedeutung auf ihren Internetseiten bekannt. Dabei ist die Schutzwürdigkeit von personenbezogenen Daten, journalistisch-redaktionellen Informationen und Betriebsgeheimnissen zu berücksichtigen.

##### § 3

###### Vielfalt

Die Anstalt hat in der Gesamtheit der Angebote jeweils des Hörfunks, des Fernsehens und der Telemedien einen umfassenden Überblick über das regionale, nationale und internationale Geschehen insbesondere in politischer, gesellschaftlicher, kultureller und wissenschaftlicher Hinsicht zu geben und dabei alle Meinungsrichtungen, auch die von Minderheiten, zu berücksichtigen. Einzelne Sendungen, mit Ausnahme von Nachrichtensendungen, unterliegen nicht dem Gebot nach Satz 1.

##### § 4

###### Programmgrundsätze

(1) Die Sendungen der Anstalt dürfen nicht Verfassung und Gesetze verletzen. Die sittlichen und religiösen Überzeugungen der Bevölkerung sind zu achten. Keine Person darf wegen ihrer Nationalität, ihrer Abstammung, ihrer politischen Überzeugung oder ihres religiösen oder weltanschaulichen Bekenntnisses und ihres Berufes in einer ihre Persönlichkeit, ihr Ansehen und ihre Menschenwürde schädigenden Weise angegriffen werden.

(2) Die Sendungen der Anstalt sollen von demokratischer Gesinnung und unbestechlicher Sachlichkeit getragen werden. Die Anstalt hat sich mit allen Kräften für Frieden und Verständigung unter den Völkern, Freiheit und Gerechtigkeit, Wahrheit, Achtung vor der einzelnen Persönlichkeit, Gleichberechtigung von Frauen und Männern und den Schutz der natürlichen Umwelt einzusetzen.

(3) Die Sendungen der Anstalt haben die besonderen Belange von Migrantinnen und Migranten zu berücksichtigen. Die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund ist nachhaltig zu unterstützen.

(4) Die Gestaltung der Sendungen der Anstalt muss frei sein von Beeinflussung durch die Regierung oder von einseitiger Einflussnahme durch politische, wirtschaftliche, religiöse und andere Interessengruppen. Die Sendungen dürfen keinen Sonderinteressen, insbesondere politischer, wirtschaftlicher oder persönlicher Art, dienen. Themen- oder Produktplatzierungen sind unzulässig. Das Verbot gilt nicht für die in Art. 3g Nr. 2, 2. Spiegelstrich der Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 genannten Fälle der Produktionshilfe, sofern eine Einschränkung der journalistischen Unabhängigkeit und der künstlerischen Darstellungsfreiheit ausgeschlossen ist.

(5) Alle Nachrichten müssen nach Inhalt, Stil und Wiedergabe wahrheitsgetreu und sachlich sein. Bei Nachrichtenübermittlung ist nur solches Material zu benutzen, das aus Nachrichtentagaturen und Quellen stammt, die in Beurteilung und

Wiedergabe einen objektiven Standpunkt erkennen lassen. Ist diese Gewähr nicht gegeben, so ist dies unmissverständlich zum Ausdruck zu bringen.

Kommentare sind deutlich von Nachrichten zu trennen und unter Nennung der Verfasserin oder des Verfassers als solche zu kennzeichnen. Wertende und analysierende Einzelbeiträge haben dem Gebot journalistischer Fairness zu entsprechen.

(6) Die Sendungen der Anstalt sollen von kulturellem Verantwortungsbewusstsein zeugen und die kulturelle Aufgabe des Rundfunks deutlich werden lassen.

(7) Die Grundsätze der vorstehenden Absätze gelten für Telemedien entsprechend.

#### § 4a

##### **Unzulässige Sendungen, Jugendschutz**

(1) Die für Radio Bremen geltenden Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages finden Anwendung.

(2) Zuständiges Organ im Sinne des § 8 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag ist die Intendantin oder der Intendant. Der Rundfunkrat ist zuständiges Organ im Sinne des § 9 Abs. 1 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag.

(3) Die Intendantin oder der Intendant beruft eine Person zur oder zum Beauftragten für den Jugendschutz.

(4) Die oder der Beauftragte für den Jugendschutz erstattet dem Rundfunkrat jährlich einen Bericht.

#### § 5

##### **Aufzeichnungspflicht, Beweissicherung**

(1) Alle Sendungen des Hörfunks und Fernsehens sind vollständig aufzuzeichnen und aufzubewahren. Bei Sendungen, die unter Verwendung einer Aufzeichnung oder eines Films verbreitet werden, kann abweichend von Satz 1 die Aufzeichnung oder der Film aufbewahrt oder die Wiederbeschaffung sichergestellt werden.

(2) Die Pflichten nach Absatz 1 enden zwei Monate nach dem Tag der Verbreitung. Wird innerhalb dieser Frist eine Sendung beanstandet, enden die Pflichten nach Absatz 1 erst, wenn die Beanstandungen durch rechtskräftige gerichtliche Entscheidungen, durch gerichtlichen Vergleich oder auf andere Weise erledigt sind.

(3) Soweit die Anstalt Fernsehtext veranstaltet, stellt sie in geeigneter Weise sicher, dass berechtigten Interessen Dritter auf Beweissicherung angemessen Rechnung getragen wird. Absatz 2 Satz 1 gilt entsprechend.

(4) Jedes Mitglied des Rundfunkrats hat das Recht, die Aufbewahrung einer Aufzeichnung oder eines Films über die Frist des Absatzes 1 hinaus bis zur nächsten Rundfunkratssitzung zu verlangen. Der Rundfunkrat entscheidet auf Antrag eines Mitglieds über die weitere Verlängerung der Aufbewahrungsdauer.

(5) Der Rundfunkrat und die Rechtsaufsicht können innerhalb der Fristen nach Absatz 2 und Absatz 4 Aufzeichnungen und Filme jederzeit kostenlos einsehen. Auf Verlangen sind Ausfertigungen, Abzüge oder Abschriften von der Aufzeichnung oder dem Film zu übersenden.

(6) Wer schriftlich oder elektronisch glaubhaft macht, durch eine Sendung in seinen Rechten berührt zu sein, kann innerhalb der Fristen nach Absatz 2 Einsicht in die Aufzeichnungen und Filme verlangen. Auf Antrag sind ihm gegen Erstattung der Selbstkosten Ausfertigungen, Abzüge oder Abschriften von der Aufzeichnung oder dem Film zu übersenden.

#### § 6

##### **Verantwortung**

(1) Der Intendant oder die Intendantin und die Direktoren oder Direktorinnen tragen die Verantwortung für Inhalt und Gestaltung der Sendungen nach Maßgabe der allgemeinen Gesetze und der besonderen Vorschriften dieses Gesetzes insbesondere nach § 16 Abs. 1 bis 3.

(2) Für Inhalt und Gestaltung der Sendungen nach § 25 ist derjenige verantwortlich, dem die Sendezeit zugebilligt worden ist.

(3) Die Verantwortlichkeit anderer Personen, insbesondere des Verfassers, Herstellers oder Gestalters eines Beitrags, bleibt unberührt.

#### ABSCHNITT 2

##### **DIE ORGANE DER ANSTALT**

#### § 7

##### **Organe**

Die Organe der Anstalt sind:

1. der Rundfunkrat,
2. der Verwaltungsrat und
3. der Intendant oder die Intendantin und
4. das Direktorium.

#### § 8

##### **Aufgaben des Rundfunkrats**

(1) Die Mitglieder des Rundfunkrats vertreten die Interessen der Allgemeinheit im Hinblick auf die Anstalt. Der Rundfunkrat trägt der Vielfalt der Meinungen in der Bevölkerung Rechnung. Er wacht darüber, dass die Anstalt ihre Aufgaben gemäß den gesetzlichen Vorschriften, Satzungen, Richtlinien und Selbstverpflichtungen erfüllt und übt die ihm hierzu eingeräumten Kontrollrechte aus. Die Mitglieder sind ehrenamtlich tätig und an Aufträge oder Weisungen nicht gebunden. Eine Kontrolle einzelner Sendungen vor ihrer Ausstrahlung ist nicht zulässig.

(2) Der Rundfunkrat berät und beschließt über alle Fragen von grundsätzlicher Bedeutung für die Anstalt, er berät die Intendantin oder den Intendanten in allen Programmangelegenheiten und wirkt auf die Erfüllung des Programmauftrages hin.

(3) Entscheidungen der Intendantin oder des Intendanten, die von grundsätzlicher Bedeutung für das Programm oder die Entwicklung der Anstalt sind, bedürfen der vorherigen Zustimmung des Rundfunkrates. Hierzu gehören insbesondere

1. Entscheidungen über die Übernahme von Verpflichtungen aus dem Haushalt der Anstalt im Wert von mehr als einer Million Euro bei Verträgen über die Herstellung oder den Erwerb von einzelnen Programmbeiträgen oder von mehr als zwei Millionen Euro bei Programmteilen, die aus mehreren Beiträgen bestehen,

2. Kooperationsverträge von grundsätzlicher Bedeutung für das Programm, den Haushalt oder die Personalwirtschaft der Anstalt.

(4) Der Rundfunkrat hat darüber hinaus insbesondere folgende Aufgaben:

1. Erlass und Änderung von Satzungen,
2. Wahl und Abberufung des Intendanten oder der Intendantin,
3. Wahl und Abberufung der Direktoren oder Direktorinnen,
4. Wahl von sechs Mitgliedern des Verwaltungsrats,

5. Überwachung der Einhaltung der Vorschriften in §§ 2, 3 und 4,
  6. Genehmigung des Wirtschaftsplanes, des Jahresabschlusses und des Vorschlags zur Verwendung des etwa vorhandenen Überschusses auf Vorschlag des Verwaltungsrats,
  7. Entlastung des Verwaltungsrats,
  8. Entlastung des Intendanten oder der Intendantin und der Direktoren oder Direktorinnen,
  9. Entscheidung über Programmbeschwerden nach § 23 Abs. 4 und
  10. Kenntnisnahme von neu abgeschlossenen oder geänderten Tarifverträgen.
- (5) Der Rundfunkrat ist zur Erfüllung seiner Aufgaben berechtigt, Expertisen und Gutachten in Auftrag zu geben oder besondere Sachverständige hinzuzuziehen. Er ist berechtigt, von dem Intendanten oder der Intendantin und vom Verwaltungsrat die erforderlichen Auskünfte zu verlangen und Einsicht in die Unterlagen der Anstalt zu nehmen. Die anderen Organe der Anstalt unterstützen die Arbeit des Rundfunkrats nach Maßgabe der Satzung.

## § 9

### Zusammensetzung des Rundfunkrats

(1) Der Rundfunkrat besteht aus folgenden Mitgliedern:

1. eins des Deutschen Gewerkschaftsbundes,
2. eins der Unternehmensverbände im Lande Bremen,
3. eins der Arbeitnehmerkammer,
4. eins der Handelskammer Bremen oder eins der Industrie- und Handelskammer Bremerhaven oder eins der Handwerkskammer in turnusmäßigem Wechsel,
5. eins der Evangelischen Kirche,
6. eins der Katholischen Kirche,
7. eins der Jüdischen Gemeinde,
8. eins des Bremer Jugendrings
9. eins des Landessportbundes,
10. eins der Frauenorganisationen im Lande Bremen, gewählt durch den Bremer Frauenausschuss, Landesfrauenrat Bremen,
11. eins des Gesamtverbands Natur- und Umweltschutz Unterweser e.V. – GNUU – oder eins der Verbraucherzentrale Bremen in turnusmäßigem Wechsel,
12. eins des Landesmusikrates,
13. eins der Deutschen Journalistinnen und Journalisten-Union (dju) Landesfachgruppe Niedersachsen/Bremen oder eins des Deutschen Journalisten-Verbandes Bremen e.V. (DJV), in turnusmäßigem Wechsel,
14. eins der Landesseniorenvertretung im Lande Bremen,
15. eins mit Migrationshintergrund, das vom Bremer Rat für Integration gewählt wird,
16. vier, die gesellschaftlich relevante Gruppen vertreten und besondere Kenntnisse in folgenden Bereichen haben:
  - Wirtschaftsprüfung, Betriebswirtschaft und Unternehmensberatung
  - Medienwirtschaft und Medientechnik
  - Medienwissenschaft und Medienpädagogik
  - Journalistik und Publizistik
  - Kultur, insbesondere der bildenden Künste und Musik,
17. eins der Stadtgemeinde Bremen, gewählt vom Senat der Freien Hansestadt Bremen,
18. eins der Stadtgemeinde Bremerhaven, gewählt vom Magistrat der Stadt Bremerhaven und
19. je eins von den politischen Parteien und Wählervereinigungen, die bei der letzten Bürgerschaftswahl vor Beginn der Amtszeit mindestens 5 Prozent der gültigen Stimmen erhalten haben.

(2) Für jedes Mitglied ist ein stellvertretendes Mitglied zu benennen, das bei Verhinderung des ordentlichen Mitglieds vollberechtigt an den Sitzungen des Rundfunkrats und der Ausschüsse teilnimmt. Die stellvertretenden Mitglieder werden in gleicher Weise wie die ordentlichen Mitglieder durch die Anstalt informiert.

(3) Solange und soweit die Mitglieder in den Rundfunkrat nicht entsandt werden, verringert sich die Mitgliederzahl entsprechend.

(4) Kein Mitglied des Rundfunkrats darf als Inhaber, Gesellschafter oder Vertreter eines Unternehmens unmittelbar oder mittelbar mit Radio Bremen für eigene oder fremde Rechnung Rechtsgeschäfte abschließen. Dies gilt auch für Unternehmen gemeinnütziger Art.

(5) Beratend nehmen an den Sitzungen des Rundfunkrats drei Beschäftigte der Anstalt, die vom Personalrat entsandt werden, sowie die Frauenbeauftragte der Anstalt teil. Ein Vertreter der Rechtsaufsicht kann ohne Stimmrecht an den Sitzungen teilnehmen.

## § 9a

### Mitgliedschaft, persönliche Voraussetzungen

(1) Dem Rundfunkrat dürfen nicht angehören

1. Angehörige der gesetzgebenden oder beschließenden Organe der Europäischen Gemeinschaften, des Europarates, des Bundes oder eines Landes, es sei denn, sie sind nach § 9 Abs. 1 Nr. 17–19 gewählt,
2. Mitglieder der Bundesregierung, einer Landesregierung und Bedienstete einer obersten Bundes- oder Landesbehörde sowie politische Beamte,
3. Personen, die in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis oder in einem arbeitnehmerähnlichen Verhältnis zu einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt stehen,
4. Anbieter von privaten Rundfunkprogrammen und vergleichbaren Telemedien, die an ihnen Beteiligten, Personen, die zu ihnen in einem Dienst- oder Arbeitsverhältnis oder in einem arbeitnehmerähnlichen Verhältnis stehen sowie Personen, die Organ oder Mitglied eines Organs eines privaten Anbieters sind,
5. Organe einer Landesmedienanstalt, Mitglieder von Organen einer Landesmedienanstalt sowie Personen, die in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis oder in einem arbeitnehmerähnlichen Verhältnis zu einer Landesmedienanstalt stehen,
6. Geschäftsunfähige, beschränkt Geschäftsfähige, Personen, für die ein Betreuer bestellt ist,
- oder
7. Personen, die die Fähigkeit, öffentliche Ämter zu bekleiden, Rechte aus öffentlichen Wahlen zu erlangen oder in öffentlichen Angelegenheiten zu wählen oder zu stimmen, durch Richterspruch verloren haben oder das Grundrecht der freien Meinungsäußerung nach Artikel 18 des Grundgesetzes verwirkt haben.

Die Mitglieder nach § 9 Abs. 1 Nr. 16 dürfen nicht Mitglieder einer Deputation, der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Bremerhaven oder des Magistrats der Stadt Bremerhaven sein. Die Mitglieder des Rundfunkrates sollen ihren Wohnsitz im Lande Bremen haben.

(2) Tritt nachträglich einer der in Absatz 1 genannten Ausschlussgründe ein, scheidet das betroffene Mitglied des Rundfunkrats aus.

(3) Feststellungen über die Ausschlussgründe nach den Absätzen 1 und 2 trifft der Rundfunkrat.

## § 10

### Wahl und Amtszeit der Mitglieder des Rundfunkrats

(1) Die in § 9 Abs. 1 Nr. 1 bis 15 und Nr. 19 aufgeführten Mitglieder werden durch die dort genannten Organisationen gewählt. Dabei soll nach demokratischen Grundsätzen im Rahmen der jeweils geltenden Statuten verfahren werden. Zweimalige Wiederwahl ist zulässig. Soweit mehrere Organisationen ein gemeinsames Mitglied stellen und ein turnusmäßiger Wechsel vorzunehmen ist, stellt die Organisation das stellvertretende Mitglied, die in der vorangegangenen Amtsperiode das ordentliche Mitglied entsandt hat. Bei Einvernehmen zwischen den jeweiligen Organisationen kann von diesen Regelungen abgewichen werden.

(2) Die Mitglieder nach § 9 Abs. 1 Nr. 16 werden vom Ausschuss für Informations- und Kommunikationstechnologie und Medienangelegenheiten der Bremischen Bürgerschaft mit einer Mehrheit von drei Vierteln der abgegebenen Stimmen gewählt. Zweimalige Wiederwahl ist zulässig.

(3) Frauen und Männer sollen bei der Wahl von Mitgliedern und stellvertretenden Mitgliedern im Rundfunkrat jeweils zu fünfzig Prozent berücksichtigt werden. Sofern eine Stelle oder Organisation als ordentliches Mitglied einen Mann entsendet, hat sie als stellvertretendes Mitglied eine Frau zu entsenden und umgekehrt. Wurde ein Mann als ordentliches Mitglied entsandt, ist für die folgende Amtsperiode eine Frau als ordentliches Mitglied zu entsenden und umgekehrt, soweit keine Wiederberufung erfolgt. Die Anforderungen der Sätze 2 und 3 entfallen bei einer Entsendung nach § 9 Nr. 10.

(4) Die Amtsperiode des Rundfunkrats beträgt vier Jahre. Sie beginnt mit seinem ersten Zusammentritt. Nach Ablauf der Amtsperiode führt der Rundfunkrat die Geschäfte bis zum Zusammentritt des neuen Rundfunkrates weiter. Die Wahl der neuen Rundfunkratsmitglieder wird frühestens zwei Monate vor Ablauf der Amtsperiode durchgeführt. Die Namen der gewählten Mitglieder und das jeweilige Auswahlgremium sind der Anstalt mitzuteilen.

(5) Scheidet ein Mitglied aus dem Rundfunkrat vorzeitig aus, so ist für den Rest seiner Amtszeit ein Nachfolgemitglied zu wählen.

(6) Die nach § 9 Abs. 1 Nr. 17–19 gewählten Mitglieder können vor Ablauf ihrer Amtszeit von den entsendungsberechtigten Stellen abberufen werden. Dies gilt auch für die übrigen Mitglieder, wenn sie aus der entsendungsberechtigten Stelle oder Organisation ausgeschieden sind.

## § 11

### Arbeitsweise des Rundfunkrats

(1) Der Rundfunkrat wählt für die Amtsperiode ein vorsitzführendes Mitglied und ein Mitglied für dessen Stellvertretung. Abberufungen mit der Mehrheit von zwei Dritteln der Stimmen der Mitglieder des Rundfunkrats sind zulässig.

(2) Das vorsitzführende Mitglied vertritt den Rundfunkrat nach außen und lädt zu den Sitzungen ein.

(3) Der Rundfunkrat tagt möglichst sechs, mindestens vier Mal jährlich. Auf Antrag von mindestens einem Drittel der Mitglieder oder auf Antrag des Intendanten oder der Intendantin muss das vorsitzführende Mitglied eine außerordentliche Sitzung einberufen.

(4) Der Rundfunkrat ist in Anwesenheit der Mehrheit seiner Mitglieder beschlussfähig. Beschlüsse werden mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des vorsitzführenden Mitgliedes, im Verhinderungsfalle dessen Stellvertretung.

Bei Wahlen nach § 8 Abs. 4 Nr. 2, 3 und 4 sowie bei Entscheidungen nach § 8 Abs. 4 Nr. 1 und 8 ist die Mehrheit der Stim-

men der Mitglieder erforderlich. Bei Abberufungen nach § 8 Abs. 4 Nr. 2 und 3 ist eine Mehrheit von zwei Drittel der Stimmen der Mitglieder des Rundfunkrates erforderlich.

(5) Die Sitzungen des Rundfunkrats sind öffentlich. In begründeten Ausnahmefällen kann der Rundfunkrat mit der Mehrheit der Stimmen seiner Mitglieder den Ausschluss der Öffentlichkeit beschließen. Personalangelegenheiten, die aus Gründen des Persönlichkeitsschutzes des Personals der Anstalt vertraulich sind, sind stets in nichtöffentlicher Sitzung zu behandeln. Die Beschlüsse und Ergebnisse der Beratungen werden durch die Anstalt in geeigneter Form auf ihren Internetseiten bekannt gemacht, § 2 Abs. 4 Satz 3 gilt entsprechend.

(6) Der oder die Vorsitzende des Verwaltungsrats kann an den Sitzungen teilnehmen und ist anzuhören, soweit er oder sie es wünscht.

(7) Der Rundfunkrat bildet Ausschüsse.

(8) Das vorsitzführende Mitglied und seine Stellvertretung sowie die Vorsitzenden der Ausschüsse bilden gemeinsam das Präsidium. Es bereitet die Sitzungen des Rundfunkrats vor und erstellt die Tagesordnung. Spätestens zu Beginn eines Jahres stellt das Präsidium die Jahresplanung für die Sitzungen des Rundfunkrats sowie Maßnahmen nach Absatz 9 auf. Insbesondere stellt es sicher, dass Berichte nach § 17 Abs. 2 sowie nach § 5a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag sowie der Jahresabschluss in angemessenem Umfang beraten werden.

(9) Die Mitglieder des Rundfunkrats nehmen regelmäßig an Fortbildungsveranstaltungen zu journalistischen, technischen und datenschutzrelevanten Themen teil. Sie sollen die konkreten Arbeits- und Sendeabläufe der Anstalt kennen lernen.

(10) Das Nähere regelt die Satzung. In der Satzung können auch Fragen des Kostenersatzes und der Zahlung von Entschädigungen an die Mitglieder geregelt werden.

## § 12

### Zusammensetzung, Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrats

(1) Der Verwaltungsrat besteht aus neun Mitgliedern. Sechs Mitglieder werden vom Rundfunkrat gewählt, von denen mindestens drei über besondere Kenntnisse in den Bereichen Medienwirtschaft, Wirtschaftsprüfung oder Unternehmensberatung verfügen sollen. Drei weitere Mitglieder werden von den Beschäftigten der Anstalt gewählt. Dem Verwaltungsrat sollen mindestens vier Frauen angehören.

(2) Die Mitglieder des Verwaltungsrats dürfen nicht gleichzeitig dem Rundfunkrat oder dem Direktorium angehören. § 9a Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 und Nr. 4 bis 7, Satz 3 sowie Abs. 2 gilt entsprechend. Feststellungen über die nach Satz 2 geltenden Ausschlussgründe trifft der Verwaltungsrat.

(3) Für die Wahl der von den Beschäftigten der Anstalt zu wählenden Mitglieder des Verwaltungsrats können die bei der Anstalt vertretenen Gewerkschaften und der Personalrat Wahlvorschläge machen. Wahlvorschläge der Beschäftigten der Anstalt müssen von mindestens fünf Prozent der Wahlberechtigten unterschrieben sein. Wahlberechtigt ist, wer nach dem Bremischen Personalvertretungsgesetz das Wahlrecht für den Personalrat besitzt.

(4) Die von den Beschäftigten der Anstalt gewählten Mitglieder des Verwaltungsrats müssen Beschäftigte der Anstalt sein.

(5) Die Amtsperiode des Verwaltungsrats beträgt vier Jahre. Sie beginnt mit seinem ersten Zusammentritt. Nach Ablauf der Amtsperiode führt der Verwaltungsrat die Geschäfte bis zum Zusammentritt des neuen Verwaltungsrates weiter.

(6) Scheidet ein Mitglied aus dem Verwaltungsrat vorzeitig aus, so ist für den Rest seiner Amtszeit ein Nachfolgemitglied zu wählen.

### § 13

#### **Aufgaben des Verwaltungsrats**

(1) Der Verwaltungsrat überwacht und berät den Intendanten oder die Intendantin und die Direktoren oder Direktorinnen in der gesamten Geschäftsführung.

(2) Folgende Rechtsgeschäfte bedürfen der vorherigen Zustimmung des Verwaltungsrates:

1. Einstellung und Kündigung der Beschäftigten, deren Vergütung über der höchsten Gehaltsgruppe des für die Anstalt geltenden Tarifvertrages liegt,

2. Erwerb und Veräußerung von Beteiligungen sowie Änderungen von Gesellschaftsverträgen und Kapitalanteilen bei Beteiligungen nach § 2 Abs. 3 Nr. 3 und 5 und

3. Beschaffungen und Abschlüsse von Verträgen, soweit der Gegenstand im Einzelfall 100.000 Euro übersteigt und es sich nicht um Verträge über die Herstellung und Lieferung von Programmteilen handelt. Bei Verträgen über die Herstellung und Lieferung von Programmteilen über 200.000 Euro soll der Verwaltungsrat vor Abschluss der Verträge unterrichtet werden.

(3) Änderungen der organisatorischen Struktur des Hauses bedürfen der Genehmigung des Verwaltungsrates.

(4) Darüber hinaus hat der Verwaltungsrat insbesondere die folgenden Aufgaben:

1. die Dienstverträge mit dem Intendanten oder der Intendantin abzuschließen,

2. die von dem Intendanten oder der Intendantin vorgeschlagenen Dienstverträge mit den Direktoren oder Direktorinnen abzuschließen,

3. den von dem Intendanten oder der Intendantin vorgelegten Wirtschaftsplan, Jahresabschluss sowie Vorschlag zur Verwendung eines etwa entstehenden Überschusses zu prüfen und dem Rundfunkrat mit einer schriftlichen Stellungnahme zuzuleiten,

4. eine Finanzordnung zu erlassen, die auch Regelungen zur Aufnahme von Krediten und zur Übernahme von fremden Verbindlichkeiten, soweit dies rechtlich zulässig ist, enthält.

(5) Alle unmittelbar das Rundfunkprogramm betreffende Angelegenheiten gehören mit Ausnahme der in Abs. 2 bis 4 genannten Fragen nicht zu den Aufgaben des Verwaltungsrats.

(6) Der Verwaltungsrat vertritt die Anstalt bei Rechtsgeschäften und Rechtsstreitigkeiten gegenüber dem Intendanten oder der Intendantin.

### § 14

#### **Arbeitsweise des Verwaltungsrats**

(1) Die Mitglieder des Verwaltungsrats sind ehrenamtlich tätig und an Aufträge und Weisungen nicht gebunden.

(2) Der Verwaltungsrat wählt ein vorsitzführendes Mitglied und ein Mitglied für dessen Stellvertretung für die Dauer von vier Jahren. Das vorsitzführende Mitglied muss ein vom Rundfunkrat gewähltes Mitglied, das stellvertretende Mitglied ein von den Beschäftigten der Anstalt gewähltes Mitglied sein.

(3) Der Verwaltungsrat soll mindestens jeden zweiten Monat zusammentreten. Er ist einzuberufen, wenn drei seiner Mitglieder oder der Intendant oder die Intendantin dies beantragen.

(4) Der Verwaltungsrat tagt in nichtöffentlicher Sitzung. Er ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit seiner Mitglieder anwesend ist. Die Beschlüsse werden mit der Mehrheit der Stimmen seiner Mitglieder gefasst.

(5) Das vorsitzführende Mitglied des Rundfunkrats kann an den Sitzungen teilnehmen und ist anzuhören, soweit es dies wünscht.

(6) § 11 Abs. 9 gilt entsprechend.

(7) Das Nähere regelt die Satzung. In der Satzung können auch Fragen des Kostenersatzes und der Zahlung von Entschädigungen an die Mitglieder geregelt werden.

### § 15

#### **Wahl und Abberufung des Intendanten oder der Intendantin und der Direktoren oder Direktorinnen**

(1) Der Intendant oder die Intendantin wird vom Rundfunkrat auf fünf Jahre gewählt. Wiederwahl ist zulässig.

(2) Zur Vorbereitung der Wahl des Intendanten oder der Intendantin bildet der Rundfunkrat eine Findungskommission unter Beteiligung des Verwaltungsrats. Der Verwaltungsrat kann Wahlvorschläge machen, an die der Rundfunkrat nicht gebunden ist.

(3) Die Direktoren oder Direktorinnen werden vom Rundfunkrat auf Vorschlag des Intendanten oder der Intendantin auf fünf Jahre gewählt. Wiederwahl ist zulässig. In der Satzung sind die Geschäftsbereiche und die Anzahl der Direktoren oder Direktorinnen (mindestens zwei weitere Personen neben dem Intendanten) zu bestimmen.

(4) Der Intendant oder die Intendantin kann aus wichtigem Grund durch Beschluss des Rundfunkrats abberufen werden. Der Rundfunkrat holt vor der Beschlussfassung eine Stellungnahme des Verwaltungsrats ein. Der Intendant oder die Intendantin ist vor der Entscheidung zu hören.

(5) Die Direktoren oder die Direktorinnen können aus wichtigem Grund durch Beschluss des Rundfunkrats abberufen werden. Die Betroffenen sind vor der Entscheidung zu hören.

(6) Mitglieder des Direktoriums sind der Intendant oder die Intendantin und die Direktoren oder Direktorinnen.

### § 16

#### **Aufgaben und Arbeitsweise des Intendanten oder der Intendantin sowie des Direktoriums**

(1) Der Intendant oder die Intendantin leitet die Anstalt. Er oder sie hat den besonderen Erfordernissen einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt Rechnung zu tragen und sorgt für eine größtmögliche Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit und den sonstigen Organen der Anstalt.

(2) Er oder sie hat die Verantwortung für den gesamten Betrieb der Anstalt und für die Programmgestaltung. Er oder sie führt den Vorsitz des Direktoriums und bestimmt, wer aus dem Direktorium die Stellvertretung übernimmt. Er oder sie vertritt die Anstalt gerichtlich und außergerichtlich. § 13 Abs. 6 bleibt unberührt.

(3) Das Direktorium ist unter Beachtung der Gesamtverantwortung des Intendanten oder der Intendantin zuständig insbesondere für

1. alle Angelegenheiten, die für die Anstalt von Bedeutung sind, wie

a) die Struktur des Programms,

- b) Aufstellung des Wirtschaftsplans und des Jahresabschlusses,
  - c) Erwerb, Veräußerung und Belastung von Grundstücken,
  - d) Erwerb und Veräußerung von Unternehmungen und Beteiligungen,
  - e) Einstellung, Entlassung und Umgruppierung von Personal,
2. Meinungsverschiedenheiten über Angelegenheiten, die mehrere Geschäftsbereiche berühren, auf Antrag eines Direktors oder einer Direktorin.
- (4) Unter Beachtung der Gesamtverantwortung des Intendanten oder der Intendantin sowie im Rahmen der Beschlüsse der Aufsichtsgremien und der Beratungen im Direktorium leitet jedes Mitglied des Direktoriums seinen Geschäftsbereich selbständig und in eigener Verantwortung.
- (5) Das Direktorium gibt sich eine Geschäftsordnung.
- (6) Der Intendant oder die Intendantin und die Direktoren oder die Direktorinnen können mit beratender Stimme an den Sitzungen des Rundfunkrats und des Verwaltungsrats teilnehmen, soweit nicht über sie selbst verhandelt wird. Sie sind auf Beschluss zur Teilnahme verpflichtet.

## § 17

### Organisationsplan und Entwicklungsbericht

- (1) Der Intendant oder die Intendantin legt einen Organisationsplan vor, der der Zustimmung des Verwaltungsrats bedarf.
- (2) Zur ersten Sitzung des letzten Quartals eines Geschäftsjahres ist der Intendant oder die Intendantin verpflichtet, sowohl dem Rundfunkrat als auch dem Verwaltungsrat einen Entwicklungsbericht für das zukünftige Geschäftsjahr zur Stellungnahme vorzulegen. Der Bericht ist auf den Internetseiten der Anstalt zu veröffentlichen.
- (3) Leitungsfunktionen im Programmbereich werden für eine Zeit von höchstens fünf Jahren besetzt. Wiederbesetzung ist zulässig. Der Organisationsplan kann festlegen, welche weiteren Leitungsfunktionen auf Zeit zu besetzen sind. Die Festlegung, welches auf Zeit zu besetzende Leitungsfunktionen sind, bedarf der Zustimmung des Rundfunkrats.

## § 18

### Berufsgruppenvertretung

- (1) Für die einzelnen Berufsgruppen, die bei der Anstalt beschäftigt sind, werden Berufsgruppenausschüsse von den jeweiligen Angehörigen der einzelnen Berufsgruppen gewählt. Den Berufsgruppenausschüssen obliegt die Wahrnehmung der berufsspezifischen Interessen der einzelnen Berufsgruppen. Soweit es sich um Angelegenheiten handelt, die in die Zuständigkeit des Personalrats fallen, können sie Empfehlungen beschließen, die an den Personalrat zu richten sind.
- (2) Die Angehörigen der jeweiligen Berufsgruppe haben jederzeit das Recht, den Berufsgruppenausschuss anzurufen.
- (3) Der Intendant oder die Intendantin und der Personalrat regeln in einer Dienstvereinbarung nach § 62 des Bremischen Personalvertretungsgesetzes insbesondere:
1. für welche Berufsgruppen Berufsgruppenausschüsse eingerichtet werden,
  2. die Zusammensetzung der Berufsgruppenausschüsse,
  3. Näheres über die Zuständigkeit der Berufsgruppenausschüsse und
  4. Näheres über Organisation und Verfahren für die Berufsgruppenausschüsse.

- (4) Der Berufsgruppenausschuss der Programm-Mitarbeiter und Programm-Mitarbeiterinnen ist der Redakteursausschuss. Ihm obliegt insbesondere die Aufgabe, sich um eine Einigung bei Konflikten in Programmfragen zu bemühen. Absatz 3 Ziff. 2–4 gilt mit der Maßgabe, dass die Dienstvereinbarung zwischen dem Intendanten oder der Intendantin und dem Redakteursausschuss geschlossen wird (Redaktionsstatut). Der Personalrat ist zu beteiligen.
- (5) Der Redakteursausschuss hat ein Vortragsrecht vor dem Rundfunkrat, wenn in einer Programmangelegenheit eine Einigung mit dem Intendanten oder der Intendantin nicht erzielt worden ist und der Intendant oder die Intendantin oder der Redakteurausschuss die Nichteinigung festgestellt hat. Der Personalrat ist bei den Einigungsgesprächen zu beteiligen.
- (6) Der Rundfunkrat kann in einer solchen Angelegenheit eine Stellungnahme abgeben, die eine Empfehlung darstellt, jedoch den Intendanten oder die Intendantin nicht von einer eigenverantwortlichen Entscheidung entbindet.

## § 18a

### Personalvertretungsrecht

- (1) Für Radio Bremen finden nach § 1 des Bremischen Personalvertretungsrechts die Bestimmungen des Bremischen Personalvertretungsrechts nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen Anwendung.
- (2) Bei Beschäftigten, deren Vergütung sich nach der Gehaltsgruppe XII des Gehaltstarifvertrages Radio Bremen bemisst oder deren Vergütung über der höchsten Gehaltsgruppe liegt, wird der Personalrat in den Fällen des § 63 Abs. 1 Buchstabe f–k und des § 65 des Bremischen Personalvertretungsgesetzes nicht beteiligt.
- (3) Bei im Programmbereich Beschäftigten der Gehaltsgruppe XI des Gehaltstarifvertrages Radio Bremen tritt in Fällen des § 63 Abs. 1 Buchstabe f–k und des § 65 des Bremischen Personalvertretungsgesetzes an die Stelle der Mitbestimmung des Personalrats die Mitwirkung entsprechend des § 72 Abs. 1 bis 3 und 6 des Bundespersonalvertretungsgesetzes.
- (4) Die Beschlüsse der Einigungsstelle sind bindend in den Angelegenheiten, die in ihrem Schwerpunkt die Beschäftigten in ihrem Beschäftigungsverhältnis betreffen und nur unerheblich die Wahrnehmung der Aufgaben der Anstalt betreffen. In allen anderen Angelegenheiten und in Angelegenheiten des Satzes 1, bei denen im Einzelfall die Entscheidung von Bedeutung für die Erfüllung der Aufgaben der Anstalt ist, sind die Beschlüsse der Einigungsstelle nicht bindend und hat die Intendantin oder der Intendant das Recht, die endgültige Entscheidung zu treffen.
- (5) Als Bedienstete im Sinne des Bremischen Personalvertretungsgesetzes gelten auch die arbeitnehmerähnlichen Personen.

## ABSCHNITT 3

### DI E WIRTSCHAFT DER ANSTALT

## § 19

### Einnahmen

Die Einnahmen der Anstalt dürfen nur zur Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrages verwendet werden. Zuschüsse des Staates sowie politischer, wirtschaftlicher oder anderer Organisationen sind unzulässig.

## § 20

### Beteiligung an Unternehmen

(1) An einem Unternehmen, das einen gewerblichen oder sonstigen wirtschaftlichen Zweck zum Gegenstand hat, darf sich die Anstalt beteiligen, wenn

1. dies zu ihren gesetzlichen Aufgaben gehört,
2. das Unternehmen die Rechtsform einer juristischen Person besitzt und
3. die Satzung des Unternehmens einen Aufsichtsrat oder ein entsprechendes Organ vorsieht.

Dies gilt nicht für solche Beteiligungen, die nur vorübergehenden unmittelbaren Programmzwecken dienen.

(2) Bei der Beteiligung hat sich die Anstalt durch geeignete Abmachungen den nötigen Einfluss auf die Geschäftsführung des Unternehmens zu sichern. Eine Prüfung der Betätigung der Anstalt bei dem Unternehmen unter Beachtung kaufmännischer Grundsätze durch einen Wirtschaftsprüfer ist auszubedingen.

(3) Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für juristische Personen des Privatrechts, die von der Anstalt gegründet werden oder deren Geschäftsanteile sich ausschließlich in der Hand der Anstalt befinden.

(4) Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für Beteiligungen der Anstalt auch an gemeinnützigen Rundfunkunternehmen.

(5) Angehörige der Anstalt sowie Mitglieder des Rundfunkrats oder des Verwaltungsrats dürfen an Unternehmen, an denen Radio Bremen unmittelbar oder mittelbar beteiligt ist, nicht persönlich beteiligt sein.

(6) Radio Bremen hat sicherzustellen, dass Mitglieder der Geschäftsführung sowie leitende Angestellte von juristischen Personen im Sinne der Absätze 3 und 4 nicht ihrerseits an anderen juristischen Personen dieser Art beteiligt sind.

(7) Alle Beteiligungen der Anstalt sind auf ihren Internetseiten zu veröffentlichen.

## § 21

### Jahresabschluss und Rechnungsprüfung

(1) Die Intendantin oder der Intendant hat nach Abschluss des Geschäftsjahres den Jahresabschluss, den Lagebericht, den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht zu erstellen. Der Konzernlagebericht hat einen umfassenden Einblick in die Vermögens- und Ertragsverhältnisse der Anstalt einschließlich ihrer Beziehungen zu Unternehmen, an denen es unmittelbar oder mittelbar beteiligt ist, zu vermitteln.

(2) Der Jahresabschluss und der Konzernabschluss sind nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches für große Kapitalgesellschaften aufzustellen und vor der Feststellung durch einen vom Verwaltungsrat im Einvernehmen mit dem Rechnungshof der Freien Hansestadt Bremen beauftragten Wirtschaftsprüfer zu prüfen. Der Abschlussprüfer ist auch mit den Feststellungen und Berichten nach § 53 des Haushaltsgrundsätzegesetzes zu beauftragen.

(3) Jahresabschluss, Lagebericht, Konzernabschluss, Konzernlagebericht und Prüfungsbericht werden von der Intendantin oder dem Intendanten dem Senat und dem Rechnungshof der Freien Hansestadt Bremen übermittelt.

(4) Nach Genehmigung des Jahresabschlusses veröffentlicht die Intendantin oder der Intendant nach näherer Bestimmung der Satzung eine Gesamtübersicht über den Jahresabschluss und eine Zusammenfassung der wesentlichen Teile des Konzernlageberichts. Sie werden auch auf den Internetseiten der Anstalt veröffentlicht.

(5) Die Haushaltsführung, Rechnungslegung, Prüfung und Entlastung der Anstalt richtet sich nach § 105 Abs. 1 Satz 1

der Haushaltsordnung der Freien Hansestadt Bremen; keine Anwendung finden § 108 und § 109 Abs. 3 Satz 3 der Haushaltsordnung der Freien Hansestadt Bremen. Der Rechnungshof der Freien Hansestadt Bremen prüft nach § 111 Abs. 1 der Haushaltsordnung der Freien Hansestadt Bremen die Haushalts- und Wirtschaftsführung.

(6) Der Rechnungshof der Freien Hansestadt Bremen prüft nach § 92 der Landeshaushaltsordnung die Haushalts- und Wirtschaftsführung bei solchen Unternehmen des privaten Rechts, an denen Radio Bremen unmittelbar oder mittelbar oder zusammen mit sonstigen Anstalten oder Körperschaften des öffentlichen Rechts mit Mehrheit beteiligt ist und deren Gesellschaftsvertrag oder Satzung diese Prüfungen durch den Rechnungshof vorsieht. Radio Bremen ist verpflichtet, für die Aufnahme der erforderlichen Regelungen in den Gesellschaftsvertrag oder die Satzung der Unternehmen zu sorgen.

(7) Die Prüfungsberichte des Rechnungshofes nach den Absätzen 5 und 6 sind dem Intendanten, dem Vorsitzenden des Verwaltungsrates, dem Vorsitzenden des Rundfunkrates und dem Senat zuzuleiten. Bei der Unterrichtung über die Ergebnisse von Prüfungen nach Absatz 5 achtet der Rechnungshof darauf, dass die Wettbewerbsfähigkeit der geprüften Unternehmen nicht beeinträchtigt wird und insbesondere Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse gewahrt werden.

## ABSCHNITT 4 RECHTE DRITTER

### § 22

#### (Leerparagraf)

### § 23

#### Eingaben

(1) Jede Person hat das Recht, sich mit Beschwerden und Anregungen zu Rundfunkprogrammen und Telemedien an die Anstalt zu wenden. Auf den Internetseiten der Anstalt ist auf die Möglichkeit von Eingaben deutlich hinzuweisen.

(2) Bei der Anstalt wird eine unabhängige Publikumsstelle eingerichtet. Sie nimmt alle Eingaben und Anfragen der Rezipienten entgegen, die nicht an eine bestimmte Person oder Redaktion gerichtet sind und sorgt unter Einbeziehung der zuständigen Stelle für eine sachgerechte Behandlung. Der Publikumsstelle ist Gelegenheit zu geben, zu Programmbeschwerden nach Absatz 3 und sonstigen Eingaben Stellung zu nehmen. Der Intendant oder die Intendantin berücksichtigt die Stellungnahme bei der Beantwortung.

(3) Programmbeschwerden, in denen die Verletzung von Programmgrundsätzen nach § 4 behauptet wird, sind von der Intendantin oder dem Intendanten innerhalb eines Monats schriftlich zu beantworten. In der Antwort ist auf die Beschwerdemöglichkeit nach Absatz 4 hinzuweisen.

(4) Ist der Beschwerdeführer mit der Antwort nach Absatz 2 nicht einverstanden oder hat er innerhalb der Monatsfrist keine Antwort erhalten, so kann er sich mit seiner Beschwerde unmittelbar an den Rundfunkrat wenden. Der Beschwerdeführer ist nach Behandlung seiner Beschwerde durch den Rundfunkrat vom vorsitzführenden Mitglied über den Ausgang des Verfahrens zu unterrichten.

(5) Soweit der Beschwerdeführer sich mit einer Beschwerde unmittelbar an den Rundfunkrat oder das vorsitzführende Mitglied wendet, wird die Beschwerde dem Intendanten geleitet. Das vorsitzführende Mitglied teilt die Abgabe dem Beschwerdeführer mit. Absatz 3 gilt entsprechend.

(6) Der Intendant oder die Intendantin berichtet dem Rundfunkrat zu jeder Sitzung über eingegangene Programmbeschwerden nach Absatz 3 und weitere wesentliche Eingaben und deren Behandlung. Ebenso berichtet die Publikumsstelle. Die Berichte werden unter Wahrung der datenschutzrechtlichen Belange auf den Internetseiten der Anstalt veröffentlicht.

(7) Das Nähere regelt die Satzung.

## § 24

### Gegendarstellungsrecht

(1) Die Anstalt ist verpflichtet, eine Gegendarstellung der Person, Gruppe oder Stelle zu verbreiten, die durch eine von der Anstalt in einer Sendung verbreitete Tatsachenbehauptung betroffen ist.

(2) Die Pflicht zur Verbreitung der Gegendarstellung besteht nicht, wenn

1. die Person, Gruppe oder Stelle kein berechtigtes Interesse an der Verbreitung hat, oder

2. die Gegendarstellung ihrem Umfang nach nicht angemessen ist. Überschreitet die Gegendarstellung nicht den Umfang des beanstandeten Teils der Sendung, gilt sie als angemessen.

(3) Die Gegendarstellung muss sich auf tatsächliche Angaben beschränken und darf keinen strafbaren Inhalt haben. Sie bedarf der Schriftform und muss von der Person, Gruppe oder Stelle oder ihrem gesetzlichen Vertreter unterzeichnet sein. Die Verbreitung kann nur verlangt werden, wenn die Gegendarstellung unverzüglich, spätestens innerhalb von drei Monaten, der Anstalt zugeht. Die Gegendarstellung muss die beanstandete Sendung und Tatsachenbehauptung bezeichnen.

(4) Die Gegendarstellung muss unverzüglich innerhalb des gleichen Programms wie die beanstandete Tatsachenbehauptung sowie zur gleichen Tageszeit verbreitet werden. Wenn dies nicht möglich ist, muss die Gegendarstellung innerhalb der gleichen Programmsparte und zu einer gleichwertigen Sendezeit verbreitet werden. Die Verbreitung erfolgt ohne Einschaltungen und Weglassungen. Eine Erwiderung auf die verbreitete Gegendarstellung muss sich auf tatsächliche Angaben beschränken.

(5) Wird eine Sendung zum beliebigen zeitlichen Empfang bereitgestellt, so ist die Gegendarstellung für die Dauer der Bereitstellung mit der Sendung zu verbinden. Wird die Sendung nicht mehr bereitgestellt oder endet die Bereitstellung vor Ablauf eines Monats nach Aufnahme der Gegendarstellung, so ist die Gegendarstellung an vergleichbarer Stelle so lange bereitzustellen, wie der Betroffenen es verlangt, höchstens jedoch einen Monat.

(6) Die Verbreitung der Gegendarstellung erfolgt unentgeltlich. Dies gilt nicht, wenn sich die Gegendarstellung gegen eine Tatsachenbehauptung richtet, die in einer Werbesendung verbreitet worden ist.

(7) Für die Durchsetzung des Anspruchs ist der ordentliche Rechtsweg gegeben. Auf das Verfahren sind die Vorschriften der Zivilprozessordnung über das Verfahren auf Erlass einer einstweiligen Verfügung entsprechend anzuwenden. Eine Gefährdung des Anspruchs braucht nicht glaubhaft gemacht zu werden. Ein Verfahren zur Hauptsache findet nicht statt.

(8) Die Absätze 1 bis 7 gelten nicht für wahrheitsgetreue Berichte über öffentliche Sitzungen des Europäischen Parlamentes, der gesetzgebenden Organe des Bundes, der Länder und der Vertretungen der Gemeinden und Gemeinde-

verbände, der Gerichte sowie für Sendungen nach § 25. Zu einer Gegendarstellung kann eine Gegendarstellung nicht verlangt werden.

## ABSCHNITT 5

### STAATLICHE BEFUGNISSE

## § 25

### Verlautbarungsrecht

Die Anstalt hat auf Verlangen der Bundesregierung oder des Senats der Freien Hansestadt Bremen unentgeltlich Gesetze und Verordnungen sowie andere amtliche Verlautbarungen durch Hörfunk und Fernsehen zu verbreiten, soweit dies erforderlich ist, um einer Gefahr für die Allgemeinheit oder für Menschenleben zu begegnen oder wenn das Gesetz, die Verordnung oder die Verlautbarung nicht auf ordnungsgemäßem Wege verkündet werden kann. Die Bundesregierung und der Senat der Freien Hansestadt Bremen haben das Recht, den Zeitpunkt der Verbreitung zu bestimmen.

## § 26

### Rechtsaufsicht

(1) Die Rechtsaufsicht über die Anstalt obliegt dem Senat der Freien Hansestadt Bremen. Ihm sind die zur Wahrnehmung dieser Aufgabe erforderlichen Auskünfte zu erteilen und Einsicht in die Unterlagen zu gewähren.

(2) Die Rechtsaufsicht ist berechtigt, die Anstalt schriftlich auf Maßnahmen oder Unterlassungen hinzuweisen, die dieses Gesetz oder die allgemeinen Rechtsvorschriften verletzen, und sie aufzufordern, die Rechtsverletzung zu beseitigen.

(3) Wird die Rechtsverletzung nicht innerhalb einer angemessenen Frist behoben, weist die Rechtsaufsicht die Anstalt an, auf deren Kosten innerhalb einer angemessenen Frist im Einzelnen festgelegte Maßnahmen durchzuführen.

## § 27

### In- und Außerkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am 31. Januar 2008 in Kraft. Gleichzeitig tritt das Gesetz über die Errichtung und die Aufgaben einer Anstalt des öffentlichen Rechts – Radio Bremen – (Radio Bremen-Gesetz) vom 22. Juni 1993 (Brem.GBl. S. 197), zuletzt geändert durch Gesetz vom 25. September 2007 (Brem.GBl. S. 456) außer Kraft.

Bremen, den 23. Januar 2008

Der Senat

## — **Verwaltungsvereinbarung der Landesrundfunkanstalten und der Werbegeellschaften über die Zusammenarbeit und die Bereitstellung von Programmbeiträgen im ARD-Vorabendprogramm vom 26./27. November 2007**

Die in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten

Bayerischer Rundfunk, Hessischer Rundfunk, Mitteldeutscher Rundfunk, Norddeutscher Rundfunk, Radio Bremen, Rundfunk Berlin-Brandenburg, Saarländischer Rundfunk, Südwestrundfunk, Westdeutscher Rundfunk (im Folgenden »Rundfunkanstalten« genannt) und

die folgenden Werbegeellschaften Bayerische Rundfunkwerbung GmbH, HR Werbung GmbH, MDR Werbung GmbH, NDR MEDIA GmbH, Radio Bremen Werbung GmbH, RBB Media GmbH, SWR Media Services GmbH, Werbefunk Saar GmbH, wdr mediagroup GmbH (im Folgenden »Werbegeellschaften« bzw. »Auftraggeber« genannt) schließen

folgende Verwaltungsvereinbarung:

### § 1

(1) Zur Sicherstellung eines wettbewerbsfähigen Vorabend-Programms verpflichten sich die Werbegeellschaften gegenüber den Rundfunkanstalten zur Bereitstellung von Programmbeiträgen nach den Bestimmungen dieses Vertrages.

(2) Sendestrecke ist grundsätzlich montags bis samstags die Zeit zwischen ca. 17.50 Uhr und 20.00 Uhr im Ersten.

(3) Der Inhalt der Programmbeiträge darf keine Grundsätze verletzen, die in den für die ARD-Landesrundfunkanstalten maßgeblichen Rundfunkgesetzen und Richtlinien enthalten sind. Sie müssen auf die Zeit vor 20.00 Uhr abgestimmt sein und dürfen keine direkte oder indirekte Werbung enthalten. Die programminhaltliche Zuständigkeit für das Vorabendprogramm liegt vorbehaltlich der speziellen Regelungen über die Programmverantwortung in § 9 bei der Gemeinschaftsredaktion Vorabend.

(4) Bezüglich der Programmsparten besteht Einigkeit darüber, dass – neben der Sportschau – publikumswirksame und reichweitenstarke Serien und Unterhaltungsprogramme für die Sendestrecke entwickelt werden sollen. Langlaufende Serien, hochwertige Comedys, Doku-Soaps sowie Unterhaltungsshows und Quizformate sind für die Vorabendleiste favorisierte Genres.

### § 2

(1) Es besteht Einvernehmen darüber, dass es sich bei dem Vorabendprogramm um ein Gemeinschaftsprogramm des Ersten Deutschen Fernsehens handelt.

(2) Gemeinschaftsproduktionen sind Programme, die im Auftrag der Rundfunkanstalten in der Regel als Auftragsproduktionen von den Werbegeellschaften auf Vorschlag der Gemeinschaftsredaktion Vorabend hergestellt werden. Gegenüber den Auftragsproduzenten sowie beim Rechteerwerb werden die Werbegeellschaften in der Regel durch die DEGETO vertreten.

### § 3

(1) Der Umfang der Programmbeitragspflicht eines Vertragsjahres richtet sich bei der Herstellung/Beschaffung der

Gemeinschaftsproduktionen nach dem jeweils gültigen Programmfinanzierungsschlüssel für das Vorabendprogramm (zurzeit Fernsehvertragsschlüssel).

(2) Der vorgenannte Schlüssel ist jeweils zu Beginn eines Vertragsjahres durch Beschluss der Werbegeellschaftsführer/innen festzustellen.

### § 4

(1) Die Gemeinschaftsredaktion Vorabend besteht aus dem/der Koordinator/in Vorabend, ggf. einem von ihm/ihr benannten Geschäftsführer sowie aus in der Regel vier Redakteuren/Redakteurinnen (Executive Producer/innen), die auf Vorschlag des Koordinators/der Koordinatorin Vorabend von der Ständigen Fernsehprogrammkonferenz ernannt werden. Bei Bedarf kann der/die Koordinator/in Vorabend Mitarbeiter/innen der Rundfunkanstalten als Executive Producer/innen für einzelne Programmvorhaben heranziehen.

(2) Das Entscheidungsrecht bei der Wahrnehmung der nach dieser Vereinbarung der Gemeinschaftsredaktion obliegenden Aufgaben liegt (ungeachtet der in § 9 geregelten Programmverantwortung) bei dem/der Koordinator/in Vorabend. Die Mitglieder der Gemeinschaftsredaktion unterstützen und beraten ihn/sie dabei. Soweit der/die Programmdirektor/in Erstes Deutsches Fernsehen von einer Entscheidung des Koordinators/der Koordinatorin abweichen will, sucht er/sie das Benehmen mit dem /der Koordinator/in. Der/die Koordinator/in kann Aufgaben und Befugnisse an den/die Geschäftsführer/in oder ein anderes Mitglied der Gemeinschaftsredaktion delegieren.

(3) Die Gemeinschaftsredaktion kann sich eine Geschäftsordnung geben, die der Genehmigung der Ständigen Fernsehprogrammkonferenz bedarf.

(4) Die Gemeinschaftsredaktion Vorabend – entscheidet redaktionell über die Herstellung bzw. Beschaffung des gesamten Vorabendprogramms, – erarbeitet den jeweiligen Sendeplan und entscheidet über das Ob und ggf. den Sendeplatz von Kurzprogrammen von Landesrundfunkanstalten, – empfiehlt das Volumen der zu beschaffenden Programme,

– entscheidet redaktionell über die multivalente Nutzung von Gemeinschaftsproduktionen,

– benennt für jede Sendung im Vorabendprogramm (einschließlich der Füll- und Kurzprogramme, Trailer und Idents zur Programmpromotion und Senderidentifikation), soweit die redaktionelle Verantwortung nicht gem. § 9 durch eine Landesrundfunkanstalt wahrgenommen wird, eine/n Executive Producer/in, der/die die Planung und Herstellung der Sendung redaktionell übernimmt,

– teilt dem/der ARD-Programmdirektor/in jeweils rechtzeitig vor Ausstrahlung einer Sendung mit, welche/r Executive Producer/in die Programmverantwortung wahrnimmt. Liegt die Programmverantwortung gem. § 9 bei einer Landesrundfunkanstalt, so teilt die Gemeinschaftsredaktion dies dem/der Programmdirektor/in mit.

(5) Die Gemeinschaftsredaktion Vorabend arbeitet bei der Konzipierung von Programmvorhaben und der Sendeplanung eng vor allem mit den Geschäftsführern/Geschäftsführerinnen der Werbegeellschaften, der AS&S, dem Programm-Marketing und der Pressestelle in der Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen sowie mit einer zentralen Kalkulationsstelle sowie der DEGETO zusammen. Ziele sind u.a. die Ausschöpfung aller Möglichkeiten für eine möglichst kostengünstige Programmbeschaffung sowie die Steigerung der Akzeptanz des Vorabendprogramms bei den Zuschauern.

## § 5

(1) Die finanziellen Konditionen für die von der Gemeinschaftsredaktion Vorabend beschlossene Herstellung bzw. Beschaffung von Gemeinschaftsproduktionen sowie für die multivalente Nutzung von Gemeinschaftsproduktionen bedürfen der einstimmigen Beschlussfassung der Geschäftsführerversammlung der Werbegesellschaften. Jeweils sechs Monate vor Beginn eines Kalenderjahres entscheiden die Geschäftsführer/innen über den für das Folgejahr zur Verfügung stehenden Jahresetat (Sendeetat und Produktionsetat), anhand dessen die Gemeinschaftsredaktion Vorabend das Produktionsvolumen für die vier einzelnen Sendestrecken definiert und den Anteil von Erst- und Wiederholungsanteilen festlegt.

(2) Das Mengengerüst wird mit dem Programmleiter Erstes Deutsches Fernsehen sowie dem/der Vorsitzenden der Geschäftsführerversammlung abgestimmt. Auf Basis dieses abgestimmten Mengengerüsts werden die Einzelprojekte von der Gemeinschaftsredaktion Vorabend benannt und von einer von den Vertragspartnern beauftragten zentralen Kalkulationsstelle verhandelt. An der Prüfung und Verhandlung sind der Executive Producer und/oder der/die betreuende Redakteur/in zu beteiligen. Die Gegenprüfung erfolgt in Abstimmung mit der jeweils geschäftsführenden ARD-Anstalt.

## § 6

Der sich aus der jährlichen Sendeplanung ergebende finanzielle Aufwand, der anteilmäßig in die Wirtschaftspläne der Rundfunkanstalten/Werbegesellschaften eingeht, bedarf der einstimmigen Zustimmung der Geschäftsführerversammlung der Werbegesellschaften, die ihn zuvor mit der Finanzkommission abstimmt. Zu diesem Zweck ist jeweils rechtzeitig vor Beginn eines Kalenderjahres vom Koordinator/von der Koordinatorin Vorabend in Abstimmung mit der DEGETO ein Wirtschaftsplanentwurf vorzulegen. Bei Änderungen des Sendeplans ist entsprechend zu verfahren. Wird keine Einigkeit erzielt, entscheidet die Fernsehprogrammkonferenz.

## § 7

(1) Die Werbegesellschaften gewährleisten, dass alle Lizenzverträge sowie die Verträge mit Autoren und Mitwirkenden so geschlossen werden, dass die Gemeinschaftsproduktionen im Rahmen dieses Vertrages im Vorabendprogramm des Ersten genutzt werden können.

(2) Bei den Gemeinschaftsproduktionen, die im Auftrag aller Werbegesellschaften von Dritten hergestellt werden, liegen die erworbenen Rechte anteilig bei allen Werbegesellschaften. Die Produktionskosten werden in voller Höhe entsprechend dem Schlüssel gemäß § 3 dieses Vertrages von allen Werbegesellschaften getragen.

(3) Bei Gemeinschaftsproduktionen, die mit Zustimmung der Werbegesellschaften von den Rundfunkanstalten, den Werbegesellschaften oder in deren Auftrag von Dritten hergestellt werden, steht es dem einbringenden Vertragspartner frei, wahlweise nach § 7 Abs. 2 dieses Vertrages zu verfahren oder die erforderlichen Fernsehnutzungsrechte für die beliebig häufige Nutzung durch die Werbegesellschaften im Rahmen dieses Vertrages für die Dauer von 5 Jahren ab Erstausstrahlung auf diese zu übertragen. In diesen Fällen tragen alle Werbegesellschaften 90 % der entstandenen Produktionskosten entsprechend dem Schlüssel gemäß § 3 dieses Vertrages. Bei den vorgenannten Gemeinschaftspro-

duktionen haftet der einbringende Vertragspartner dafür, dass ihm die zur Durchführung dieses Vertrages notwendigen Rechte ausschließlich zustehen. Er stellt die übernehmenden Vertragspartner von allen eventuell auftretenden Ansprüchen Dritter frei.

(4) Den Rundfunkanstalten/Werbegesellschaften dürfen für die erste Ausstrahlung keine Zusatzkosten für Lizenzen und Honorare entstehen. Eventuell fällig werdende Wiederholungshonorare für Autoren, Regisseure und Hauptdarsteller für die zweite und weitere Ausstrahlungen werden durch die Verträge der DEGETO geregelt und im Falle einer Ausstrahlung im Gemeinschaftsprogramm der ARD entsprechend dem Schlüssel gemäß § 3 dieses Vertrages auf die Werbegesellschaften bzw. Landesrundfunkanstalten umgelegt. Im Falle einer Wiederholung in einem oder mehreren Dritten Programmen werden eventuell fällig werdende Wiederholungshonorare für Autoren, Regisseure und Hauptdarsteller ebenfalls durch die Verträge der DEGETO geregelt und an die ausstrahlende Landesrundfunkanstalt bzw. die ausstrahlenden Landesrundfunkanstalten weiterbelastet.

(5) Grundsätzlich müssen die Verträge für Gemeinschaftsproduktionen und Fremdfilme so geschlossen werden, dass eine Ausstrahlung in angrenzenden Ländern und Gebieten erst dann zulässig ist, wenn die Erstausstrahlung in der Bundesrepublik Deutschland erfolgt ist, es sei denn, die Gemeinschaftsredaktion Vorabend stimmt einer anderen Regelung zu.

(6) Ferner ist zu gewährleisten, dass Gemeinschaftsprogramme auch innerhalb der Bundesrepublik Deutschland in anderen Programmen als von den Rundfunkanstalten gestalteten Programmen ausgestrahlt werden können, wenn die Zustimmung der Rundfunkanstalten vorliegt.

(7) Im Zusammenhang mit der Beschaffung von Film- und Fernsehproduktionen für das Vorabendprogramm wird die DEGETO ermächtigt, unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Kalkulationsverhandlungen über den Erwerb und Vertrieb von Rechten zu verhandeln, die über die für die fernsehmäßige Nutzung im Vorabendprogramm der ARD erforderlichen Rechte hinausgehen (insbesondere die Auslands- und Nebenrechte, wie z.B. das Merchandising).

## § 8

Im Rahmen eines gesonderten Vertrages beauftragen die Werbegesellschaften eine Werbegesellschaft mit der Durchführung und Abwicklung des Vorabendprogramms (Vertrag zur zentralen Sendeabwicklung), soweit nicht bereits in dieser Verwaltungsvereinbarung abschließend geregelt.

## § 9

Die Programmverantwortung für das ARD-Vorabendprogramm wird wie folgt geregelt.

(1) Es besteht Einvernehmen darüber, dass jedes Programmvorhaben redaktionell initiiert sein muss und nur redaktionell verantwortetes Programm gesendet werden darf.

(2) Bei der Programmgestaltung sind die Bindungen der Landesrundfunkanstalten an die jeweiligen Rundfunkgesetze und Satzungen zu berücksichtigen.

(3) Die Verantwortung der Intendanten/Intendantinnen und Aufsichtsgremien der einzelnen Landesrundfunkanstalten für das Vorabendprogramm richtet sich nach den jeweiligen Landesrundfunkgesetzen bzw. Staatsverträgen.

(4) Im Auftrag der Intendanten/Intendantinnen wird die Programmverantwortung für das Vorabendprogramm wie folgt wahrgenommen:

a) bei Beiträgen, die von der Gemeinschaftsredaktion redaktionell betreut werden, durch die Gemeinschaftsredaktion. Sie bestimmt für jeden Beitrag, eine/n Executive Producer/in, der/die die Programmverantwortung für die von ihm betreuten Beiträge übernimmt. Der/die Executive Producer/in ist gegenüber der Landesrundfunkanstalt, die bzw. deren Werbegesellschaft ihn/sie entsandt hat, im Hinblick auf die Einhaltung der rundfunkrechtlichen und sonstigen rechtlichen Bestimmungen verantwortlich. Für den Fall, dass der/die Executive Producer/in nicht von der Landesrundfunkanstalt entsandt wurde, sondern von deren Werbegesellschaft, benennt die Landesrundfunkanstalt zusätzlich eine/n verantwortliche/n Redakteur/in.

b) bei Beiträgen, die von einer Landesrundfunkanstalt redaktionell betreut und in das Vorabendprogramm eingebracht werden, durch die zustellende Landesrundfunkanstalt, die nach ihren internen Regelungen eine/n verantwortliche/n Redakteur/in bestimmt.

Der Gemeinschaftsredaktion obliegt es, in der Abwicklung eine klare Zuweisung der Programmverantwortung herbeizuführen.

(5) Die Werbegesellschaften stellen im Hinblick auf die Werbespots die Vereinbarkeit mit den rundfunkrechtlichen und sonstigen rechtlichen Bestimmungen sicher. Mit der Wahrnehmung der Programmverantwortung diesbezüglich beauftragen die Landesrundfunkanstalten den Hessischen Rundfunk als federführende Anstalt.

Bremen, den 27. November 2007

Bayerische Rundfunkwerbung GmbH  
gez. Lausberg  
HR Werbung GmbH  
gez. Reitze  
gez. B. Cromm  
MDR Werbung GmbH  
gez. Tanhäuser  
gez. von Haken  
NDR MEDIA GmbH  
gez. A. Bruns  
gez. M. Willich  
Radio Bremen Werbung GmbH  
gez. Brunsen  
RBB Media GmbH  
gez. Klaus Wilhelm Baumeister  
SWR Media Services GmbH  
gez. Schillmann  
Werbefunk Saar GmbH  
gez. Schmitz  
wdr mediagroup GmbH  
gez. Rohnke  
gez. Michael Loeb

#### § 10

Diese Verwaltungsvereinbarung tritt mit ihrem Inkrafttreten am 1. Dezember 2007 an die Stelle des Programmbeitragsvertrages der Werbegesellschaften in der Fassung vom 27.05.1993. Die Verwaltungsvereinbarung kann mit einer Frist von 6 Monaten zum Jahresende von jeder Vertragspartei schriftlich gekündigt werden.

#### § 11

Mündliche Nebenabreden sind nicht getroffen.

Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform.

Die etwaige Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieses Vertrages berührt dessen Wirksamkeit im Übrigen nicht.

Bremen, den 26. November 2007

BAYERISCHER RUNDFUNK

gez. T. Gruber

HESSISCHER RUNDFUNK

gez. Helmut Reitze

MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK

gez. U. Reiter

NORDDEUTSCHER RUNDFUNK

gez. Plog

gez. Beyer

RADIO BREMEN

gez. H. Glässgen

RUNDFUNK BERLIN-BRANDENBURG

gez. Dagmar Reim

SAARLÄNDISCHER RUNDFUNK

gez. Fritz Raff

SÜDWESTRUNDFUNK

gez. Boudgoust

WESTDEUTSCHER RUNDFUNK

gez. Monika Piel

— **»Bericht der ARD über die Erfüllung ihres Auftrags, über die Qualität und Quantität ihrer Angebote und Programme sowie über die geplanten Schwerpunkte« (§ 11 IV 3 Rundfunkstaatsvertrag) und ARD-Leitlinien und Programmschwerpunkte 2009/2010 vom 10. September 2008**

**VORWORT**

Die ARD-Leitlinien für die Jahre 2009/10 fallen in eine medienpolitisch entscheidende Umbruchphase. Die kontrovers, oft aggressiv geführte Auseinandersetzung um die Zugangsrechte in der digitalen Welt hat nicht bloß rein wirtschaftliche Aspekte. Über die Verteilung und Verteidigung von Märkten und Marktanteilen hinaus geht es vor allem um die Frage, ob seriöse Information und verlässlich aufbereitete Inhalte im Netz weiterhin eine öffentlich-rechtliche Adresse haben sollen. Gilt der gesellschaftliche Auftrag, eine »Grundversorgung für alle Alters- und Bevölkerungsgruppen« zu bieten, auch in einer zunehmend vernetzten Zukunft mit ihrer Vielzahl an Verbreitungswegen?

Die ARD hat in dieser Frage einen eindeutigen Standpunkt: Die Zuschauer mit gut recherchierten und zuverlässigen Qualitätsprogrammen auch in Zeiten sich wandelnden medialen Nutzungsverhaltens zu erreichen, ist unser oberstes Ziel. Die globale Vernetzung einerseits, die größere Mobilität und fortschreitende Individualisierung andererseits erfordern erweiterte Angebote, die interaktiv, orts- und zeitsouverän abrufbar sind. Dies gilt insbesondere, wenn wir die jüngere Generation erreichen wollen, für die das Internet in den Bereichen Information und Unterhaltung zunehmend das meistgenutzte Medium darstellt. Die Frage nach der Erreichbarkeit der Jugend – im linearen Programm wie im Netz – ist uns deshalb ein zentrales Anliegen, das sich auch in den Leitlinien für die kommenden Jahre widerspiegelt.

Wir sehen es als eine unserer vordringlichsten Aufgaben an, die jungen Menschen früh an die Angebote der ARD heranzuführen, die für Werte wie Verlässlichkeit, Informationskompetenz, Nachhaltigkeit, Unabhängigkeit, Objektivität und Minderheitenschutz stehen – unverzichtbare Werte, auf denen unsere Glaubwürdigkeit jenseits kommerzieller Interessen beruht. Nach einer Umfrage von TNS Infratest ist das ARD-Gemeinschaftsprogramm Das Erste für die Mehrzahl der Bürger das qualitativ beste, am wenigsten verzichtbare und folgerichtig auch das nach wie vor meistgesehene Programm in Deutschland.

Die Konferenz der Gremienvorsitzenden hat die ARD-Programmverantwortlichen gebeten, über die journalistischen Qualitätsmerkmale hinaus jeweils einen genrespezifischen Kanon von möglichst messbaren Kriterien für ein qualitätsorientiertes Programmcontrolling zu entwickeln. Verschiedene öffentlich-rechtliche Anbieter im deutschsprachigen Raum wie der BR oder ORF haben sich in der jüngsten Zeit bereits bemüht, geeignete Kriterien für die Qualitätsbeurteilung ihrer Sendungen zu entwickeln. Wir werden die bestehenden Ansätze dieser Sender auf ihre Verwertbarkeit für das Erste hin überprüfen und die GVK über die Ergebnisse informieren.

Bericht und Leitlinien entstanden in einem einjährigen Verständigungs- und Abstimmungsprozess mit der Gremienvorsitzendenkonferenz, dem ARD-Programmbeirat für Das Erste sowie den ARD-Rundfunkräten. Für die Zusammenar-

beit, die diesmal noch intensiver als bei den vorangegangenen Leitlinien verlief, möchten wir an dieser Stelle herzlich danken. Die Mitwirkung der ARD-Gremien am Bericht wie an den Leitlinien ist uns besonders wichtig, weil aus der intensiven Diskussion und konstruktiven Kritik am Ende ein Papier entstanden ist, das eine von den Programmachern wie den Vertretern der gesellschaftlichen Gruppen gemeinsam getragene Richtposition für die kommenden Jahre formuliert. Ein öffentlich-rechtliches Vollprogramm wie Das Erste braucht einen solchen Konsens – auch wenn es in einzelnen Fragen gewisse Meinungsunterschiede gibt.

Am Maßstab der Qualität – wie auch immer diese definiert und zukünftig in Bericht und Leitlinien ausgewiesen wird – muss sich das ARD-Gemeinschaftsprogramm als das Flaggsschiff unseres föderalen Senderverbands am Ende messen lassen. Qualität ist unser Wechsel auf die mediale Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wir alle, die Programmverantwortlichen und -macher, werden uns dafür beehrt und engagiert einsetzen.

Fritz Raff,  
ARD-Vorsitzender und Intendant des SR  
Dr. Günter Struwe,  
Programmdirektor Erstes Deutsches Fernsehen

**VORWORT**

Seit 2004 ist die ARD nun staatsvertraglich verpflichtet, alle zwei Jahre einen »Bericht über die Erfüllung ihres Auftrages, über die Qualität und Quantität der Angebote und Programme sowie die geplanten Schwerpunkte der jeweils anstehenden programmlichen Leistungen« zu veröffentlichen. Für die Gremien sind diese »Leitlinien« stets ein Anlass, mit den Intendanten und mit dem Programmdirektor vertieft über Strategie, Struktur, Qualität und gesellschaftlichen Wert der Programmangebote zu diskutieren.

In diese Diskussion sind die Rundfunkräte aller Landesrundfunkanstalten über die Konferenz der Gremienvorsitzenden (GVK) eingebunden. Auf der Basis seiner umfangreichen Beobachtungen und Bewertungen des Programmangebots und der Programmstruktur hat sich auch der Programmbeirat für »Das Erste« sehr intensiv mit den Leitlinien befasst. Zahlreiche Anregungen und Änderungswünsche der Gremien und des Programmbeirats sind in den Text eingeflossen. Vorrangig waren dabei vor allem drei Anliegen:

1.) Die Herausforderung, die jüngeren Publikumsgruppen künftig wieder besser zu erreichen – und zwar mit Angeboten, die dem öffentlich-rechtlichen Qualitätsprofil entsprechen. GVK und Programmbeirat halten es für erforderlich, dazu eine Erfolg versprechende Gesamtstrategie zu entwickeln.

2.) Die gesellschaftlich wichtige Aufgabe, die komplexen Zusammenhänge der Wirtschafts- und Arbeitswelt im ARD-Programm künftig noch ausführlicher und verständlicher aufzubereiten und darzustellen.

3.) Die Daueraufgabe, das öffentlich-rechtliche Profil der ARD weiter zu schärfen und dazu ein möglichst hohes Qualitätsniveau im Programm anzustreben.

Die ersten beiden Anliegen haben an mehreren Stellen Eingang in den Text gefunden. Mit der komplexen Fragestellung der Qualitätssicherung und -optimierung wird sich die ARD verstärkt auseinandersetzen. Die GVK wird hierzu im Frühjahr 2009 eine Fachtagung für alle Gremienmitglieder der ARD veranstalten. Von dem Dialog mit Medienexperten,

Wissenschaftlern und Programmachern erhofft sie sich ähnlich wertvolle Anregungen, wie sie das 1. GVK-Forum zur Erreichbarkeit der Jugend im März 2008 gebracht hat. Aus der Sicht der GVK und des Programmbeirats kann der Aufbau eines Systems zur Qualitätssicherung ein wichtiges internes Steuerungsinstrument darstellen und zugleich die Chance eröffnen, das öffentlich-rechtliche Profil des ARD-Programms gegenüber der Öffentlichkeit griffig zu dokumentieren. Auch die Leitlinien selbst sollten zukünftig noch intensiver als Mittel der Evaluierung und Qualitätssicherung genutzt werden. Schließlich wäre ein solches System der Qualitätssicherung hilfreich, den publizistischen Mehrwert neuer digitaler Angebote im Rahmen von Drei-Stufen-Tests belegen zu können. Als Vertreter der Gesellschaft werden die Gremien den Aufbau eines geeigneten Systems der Qualitätssicherung begleiten, vorantreiben und sicher auch mit gestalten.

Volker Giersch,  
GVK-Vorsitzender  
Tino Kunert,  
Vorsitzender des ARD-Programmbeirats

#### PRÄAMBEL

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erfüllt mit der Gesamtheit seiner Angebote und Dienstleistungen eine unverzichtbare gesellschaftliche Funktion. Die ARD stellt ein unabhängiges, hochwertiges und nachhaltiges Programm für alle Bevölkerungs- und Altersgruppen bereit. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag für den Zusammenhalt des Gemeinwesens wie auch zur Integration in Deutschland und Europa.

Die Erfüllung ihres Programmauftrags verbindet die ARD mit einem auf Werten wie Menschenwürde, Toleranz und Minderheitenschutz gründenden Qualitätsanspruch. Dieser Qualitätsanspruch gilt für alle durch den Rundfunkstaatsvertrag und die ARD-Grundsätze festgelegten Kernbereiche Information, Bildung, Beratung, Unterhaltung und Kultur. Journalistische Qualitätsmerkmale wie unabhängige Recherche, sorgfältige Auswahl, sachkundige Aufbereitung, objektive Darstellung und anschauliche Vermittlung prägen insbesondere die Informationsangebote der ARD. Um eine unabhängige Berichterstattung zu garantieren, unterhält die ARD im In- und Ausland ein leistungsstarkes Netz von Korrespondentinnen und Korrespondenten. Auf der Grundlage dieser Qualitätsstandards trägt sie wesentlich zur freien öffentlichen Meinungsbildung zu allen relevanten politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Themen der Zeit bei. Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 11. September 2007 zur Gebührenfestsetzung weist dieser publizistischen Vielfalt eine herausragende Rolle für die Funktionsweise einer Demokratie zu und leitet daraus die Notwendigkeit eines gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunks ab. Die ARD fühlt sich verpflichtet, der Erhaltung dieser Vielfalt in der Bandbreite all ihrer Angebote und Leistungen im Sinne des Bundesverfassungsgerichts gerecht zu werden.

Die ARD produziert und fördert originäre Formate wie beispielsweise den künstlerischen Fernsehfilm, den Dokumentarfilm, aufwändige Reportagen und investigative Magazinsendungen. Um das journalistische, handwerkliche und technische Können sicherzustellen, bildet die ARD ihre Mit-

arbeiterinnen und Mitarbeiter selbst aus und stellt adäquate Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten zur Verfügung. Hinsichtlich ihrer Produktionen und Verbreitungswege fördert sie am Zuschauerinteresse orientierte technologische Entwicklungen.

Durch regelmäßige Überprüfung und Überarbeitung bestehender und die Entwicklung neuer, innovativer Programme sowie mit einem umfangreichen Onlineangebot und einem rund um die Uhr aktualisierten Teletext stellt sich die ARD den Herausforderungen einer zunehmend komplexer werdenden, globalisierten und digitalisierten Welt. Die ARD will mit ihren Programmangeboten dem jeweiligen Format und spezifischen Sendeplatz entsprechend ein größtmögliches Zuschauerinteresse wecken.

Als föderaler Senderverbund spiegelt die ARD die Vielfalt und Identität aller Regionen in der Bundesrepublik wider. Die Darstellung Ost- und Mitteldeutschlands verdient dabei weiterhin besondere Beachtung, um den Prozess der inneren Einheit Deutschlands zu fördern.

Die Rundfunkräte der in der ARD zusammengeschlossenen Anstalten überwachen die Einhaltung der Programmgrundsätze. Die ARD verfügt durch die Programmausschüsse der Rundfunkräte, die Konferenz der Gremienvorsitzenden und den ARD-Programmbeirat für Das Erste über Akteurinnen und Akteure, die wirkungsvoll die Instrumente der Qualitätssicherung ergänzen und zur Fortentwicklung des Programmangebots beitragen und damit den verfassungsrechtlichen Vorgaben vor allem im Hinblick auf eine binnenplurale, unabhängige und insbesondere staatsferne Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten entsprechen.

## Bericht der ARD über die Erfüllung ihres Auftrags sowie die Qualität und Quantität ihrer Angebote 2007/08

### 1. INFORMATION

*Informationsangebote waren 2007 wieder die stärkste Säule im Programm des Ersten: Ihr Anteil am Gesamtprogramm betrug 44 Prozent, die Sportsendungen nicht mit eingerechnet. Damit überschritt der Informationsanteil des Ersten 2007 sogar den Wert des politisch höchst brisanten Bundestagswahljahres 2005 um 0,5 Prozentpunkte. Die Programmgestaltung entspricht damit wieder der bereits in den ARD-Leitlinien 2005/06 formulierten Selbstverpflichtung, wonach der Informationsanteil im Ersten verlässlich über 40 Prozent zu liegen habe. Auch das aus den ARD-Leitlinien 2007/08 stammende Vorhaben, die Position des Ersten als Informationsender Nummer eins in Deutschland weiter zu stärken, konnte damit eingelöst werden. Die Zuschauerinnen und Zuschauer schätzen nicht nur die Menge, sondern auch die Qualität der Informationssendungen: Nach der repräsentativen TNS-Infratest-Erhebung für das Jahr 2007 attestieren 61 Prozent der Befragten dem Ersten, dass es für die politische Meinungsbildung das wichtigste Programm sei. Darüber hinaus gilt Das Erste nach dieser Studie als das glaubwürdigste und anspruchsvollste Fernsehprogramm.*

### Aktuelle Information:

Die »Tagesschau« behauptete mit ihrer gewohnt aktuellen und seriösen Berichterstattung, ihrer auf einem großen Netz von Korrespondentinnen und Korrespondenten aufbauenden inhaltlichen Kompetenz und der sprachlichen Korrektheit ihre herausragende Stellung unter den Infor-

mationsangeboten. Die Hauptausgabe der »Tagesschau« um 20 Uhr nahm 2007 wieder die Position als meistgesehene Nachrichtensendung des deutschen Fernsehens ein: Mit durchschnittlich 8,96 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern hatte sie zwar erstmals seit elf Jahren weniger als neun Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer, sie behauptete jedoch die Marktführerschaft mit einer doppelt so großen Sehbeteiligung wie alle anderen Nachrichtenformate. Auch für die jüngeren Zuschauerinnen und Zuschauer ist die »Tagesschau« die wichtigste Informationsquelle. 1,73 Millionen im Alter von 14 bis 49 Jahren schalteten sie 2007 täglich ein. (530 000 Zuschauerinnen und Zuschauer waren es in dieser Altersgruppe bei »heute« und 1,39 Millionen bei »RTL aktuell«.)

Wechsel in der Moderation gab es bei den »Tagesthemen«: Neben Tom Buhrow, der im Herbst 2006 Ulrich Wickert ablöste, präsentiert Caren Miosga seit Sommer 2007 das Nachrichtenmagazin im Ersten. Die »Tagesthemen« gelten auch mit dem neuen Moderationsteam als glaubwürdigste Nachrichten-Magazinsendung im Abendprogramm. Wie zusätzliche Erhebungen belegen, stoßen die »Tagesthemen« besonders bei den Meinungsführerinnen und Meinungsführern auf große Akzeptanz. Problematisch ist jedoch die uneinheitliche Startzeit der Sendung. Lediglich Montag, Dienstag und Donnerstag beginnen die »Tagesthemen« um 22.15 Uhr. An allen anderen Tagen weicht die Startzeit schemabedingt vom Regeltermin ab.

Das »ARD-Morgenmagazin« informiert über die Ereignisse der vergangenen Nacht und behandelt die Themen des Tages aus allen Bereichen wie Innen- und Außenpolitik, In- und Auslandsberichterstattung über aktuelle Ereignisse, Wirtschaft, Gesellschaft, Sport und Kultur. Hintergründige Themen werden über längere Sendestrecken anhand von Filmberichten, Live-Schalten und Studiogesprächen vertieft. Insbesondere über die politischen Interviews des Berliner Korrespondenten Werner Sonne setzt das »ARD-Morgenmagazin« ganz bewusst Themen und bestimmt somit die Nachrichtenagenda des folgenden Tages. Mit einem Marktanteil von mehr als 21 Prozent behauptete es 2007 seine Stellung als Marktführer in diesem Segment.

Das »ARD-Mittagsmagazin« berichtet über Politik, Wirtschaft (mit einer »Börsen-Schalte« nach Frankfurt), Sport, Medizin, Wissenschaft und Kultur und sieht die Einordnung der Tagesaktualität für die Zuschauerinnen und Zuschauer als vordringliche Aufgabe. Politik verständlich und für die Zuschauerinnen und Zuschauer nachvollziehbar zu machen, ist das Anliegen der Magazinmacherinnen und -macher ebenso wie der Servicecharakter der verbrauchernahen Stücke. Täglich verfolgen annähernd knapp zwei Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer das »ARD-Mittagsmagazin«. Mit einem Marktanteil von mehr als 20 Prozent zählt die Sendung zu den erfolgreichsten Informations-Angeboten der ARD.

Das »Nachtmagazin« bietet als letzte Nachrichtensendung des Tages einen Überblick über die wichtigen Ereignisse mit einem der späten Sendezeit angemessenen Zugang zu den Themen. Darüber hinaus setzt das »Nachtmagazin« eigene Themen und Schwerpunkte, die auch einem jüngeren, spät heimkehrenden Publikum gerecht werden, wie beispielsweise Forschung, Technik und Internet.

Das Magazin »Brisant« versorgt die Zuschauerinnen und Zuschauer von Montag bis Samstag nicht nur mit den neuesten Boulevardmeldungen aus dem In- und Ausland, sondern in

einer eigenen Rubrik auch mit Informationen über alternative Heilmethoden und medizinische Behandlungsmöglichkeiten in verschiedenster Erkrankungen.

Bei herausragenden Nachrichtenlagen reagiert Das Erste im Hauptabendprogramm mit einem zusätzlichen Informationsangebot, den »ARD-Brennpunkten«. »Brennpunkte« sollen die in der »Tagesschau« bereits gebotene kompakte Zusammenfassung eines Ereignisses ergänzen. In Form von Reportagen, das Ereignis einordnenden Berichten, Gesprächen und Live-Schaltungen werden Zusatzinformationen und Analysen geliefert.

PHOENIX hat im Jahr 2007 ausführlich von allen Sitzungen des Bundestags und des Bundesrats berichtet. Zudem wurden immer dann Sitzungen der Länderparlamente berücksichtigt, wenn sie von nationaler Relevanz waren, wie z. B. der Ausstieg aus der Steinkohle (Landtag NRW) oder der politische Wechsel in Bayern. 2008 vereinbarten ARD und ZDF mit Bundestagspräsident Norbert Lammert eine Ausweitung der Live-Berichterstattung aus dem Bundestag. Demnach berichtet PHOENIX jeden Donnerstag von 8 bis 18 Uhr, bei längeren Sitzungen auch bis 20 Uhr, live aus dem Bundestag. Die intensivierte Berichterstattung aus dem Bundestag wird nicht nur in PHOENIX, sondern auch in ARD und ZDF beworben. Außerdem übertragen Das Erste und das ZDF seit Herbst 2008 über das bisherige Maß hinaus abwechselnd besonders relevante Bundestagsitzungen und Gedenkstunden.

Das Online-Angebot der ARD wurde in Zusammenarbeit mit der Redaktion EinsExtra um die »Tagesschau in 100 Sekunden«, die zuvor auf EinsExtra gesendet wird, erweitert. Medienspezifisch wurde tagesschau.de um zwei Angebote an die Nutzerinnen und Nutzer zur direkten Teilnahme ergänzt. Der Blog, in dem die Nutzerinnen und Nutzer mit den »Tagesschau«-Macherinnen und -Machern kommunizieren können, wurde erweitert. In dem Projekt »Ihre Frage nach Berlin« können Nutzerinnen und Nutzer per eingeschicktem Video direkt Fragen an Bundespolitikerinnen und -politiker stellen.

#### **Wahlberichterstattung:**

Die ARD hat über die Bürgerschaftswahlen in Bremen (2007), die Landtagswahlen in Niedersachsen, Hessen und Bayern sowie die Bürgerschaftswahlen in Hamburg (2008) im Ersten und den Dritten Programmen aktuell berichtet und das Geschehen zeitnah analysiert und eingeordnet.

Bei den Landtagswahlen in Hessen und Niedersachsen im Januar 2008 wurde zum ersten Mal ein neues Wahlstudio eingesetzt: Das veränderte Wahlstudio erscheint in deutlich helleren und wärmeren Farben, die Wahlgrafiken wurden noch übersichtlicher gestaltet. Bei den Bürgerschaftswahlen in Hamburg (2008) konnte die ARD ihren Zuschauerinnen und Zuschauern die exakteste Prognose in der Geschichte ihrer Wahlberichterstattung liefern.

#### **Hintergrund und Analyse:**

Die journalistische Kultur der kritischen Analyse, Bewertung und Einordnung ist im Berichtszeitraum weiter gestärkt worden. Wiederholt gelang es den investigativ recherchierenden Journalistinnen und Journalisten der ARD, im politischen Tagesgeschäft Themen zu setzen.

Seit Herbst 2007 verantwortet die Koordination Politik nunmehr zwei politische Talksendungen im Hauptabendprogramm des Ersten: »Anne Will« trat am Sonntagabend um 21.45 Uhr die Nachfolge von »Sabine Christiansen« an und konnte sich auf Anhieb als meistgesehenes politisches

Gesprächsformat im Deutschen Fernsehen etablieren. Die direkte Konfrontation von Deutsche Bahn Personalvorstand Margret Suckale mit dem GDL-Vorsitzenden Manfred Schell im November 2007 zur Hochphase des Tarifkonflikts zwischen der Lokführergewerkschaft und der Deutschen Bahn AG beherrschte im Anschluss die Schlagzeilen der Republik. Frank Plasberg erörtert seit Oktober 2007 »hart aber fair« mit Entscheiderinnen und Entscheidern sowie Betroffenen Themen, die Menschen bewegen und aufregen. So musste der hessische Ministerpräsident Roland Koch im Januar 2008 zum Thema Jugendgewalt einräumen, dass ausgerechnet sein Bundesland bei der Bearbeitung jugendlicher Gewaltkriminalität deutschlandweit das Schlusslicht bildet. Das Format konnte sich sehr erfolgreich auf Platz zwei der meistgesehenen politischen Talkformate im Deutschen Fernsehen platzieren.

Beide Formate werden durch umfassende Internetangebote ergänzt. Hervorzuheben ist hier vor allem der Blog zu »Anne Will« und der »Faktencheck« bei »hart aber fair«, der die wesentlichen Aussagen der Talkgäste auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft und einen Tag nach der Sendung im Internet abrufbar ist.

Die politischen Magazine am Montag und Donnerstag konnten sich mit herausragender Recherche profilieren: Ein Bericht im Januar 2008 sorgte für innenpolitischen Aufruhr, da er gravierende Mängel bei der Riesterreife für Menschen mit niedrigen Einkommen aufdeckte. Schlagzeilen machte auch ein Beitrag im Juni 2007, der nachwies, dass Ärzte, die in Dopingmachenschaften verwickelt waren, hochrangige Radrennen als Rennärzte begleiten durften. Insgesamt konnten die sechs politischen Magazine (»Fakt«, »Report Mainz«, »Report München«, »Kontraste«, »Monitor«, »Panorama«) auch in politisch wenig brisanten Zeiten ihr Publikum erhalten oder, wie im Falle der Magazine am Donnerstag, den Marktanteil sogar ausbauen.

Bundespolitische Hintergrundberichterstattung leistet der »Bericht aus Berlin« aus dem ARD Hauptstadtstudio. Die Zuschauerinnen und Zuschauer erfahren hier aus der gebotenen kritischen Distanz wichtige Erläuterungen und Einordnungen hinsichtlich der immer schwieriger und komplexer werdenden Themen von der Gesundheits- über die Rentenreform bis hin zu der außenpolitischen Rolle der Bundesrepublik. Der »Bericht aus Berlin« erreicht inzwischen durchschnittlich eine absolute Zuschauerzahl von mehr als zwei Millionen und einen Marktanteil zwischen 7 und 9 Prozent. Das Stammpublikum vom »Presseclub«, dem dritten politischen Gesprächsformat im Ersten, musste den Abschied der langjährigen Moderatoren Fritz Pleitgen und Peter Voß verkraften. Die Nachfolgerinnen und Nachfolger, ARD-Programmdirektor Volker Herres und WDR-Chefredakteur Jörg Schönenborn sowie WDR-Auslandschefin Tina Hassel, gewährleisten die gleichbleibende Qualität der Diskussionen am Sonntagvormittag und wurden von den Zuschauerinnen und Zuschauern gut angenommen. »Presseclub nachgefragt«, die anschließende telefonische Diskussionsrunde mit den Hörerinnen und Hörern von WDR 5, überträgt PHOENIX live.

Aufwändige Dokumentationen versorgten die Zuschauerinnen und Zuschauer mit umfangreichem und teilweise exklusivem Hintergrundwissen zu politischen und zeitgeschichtlichen Themen: Dazu zählten beispielsweise Sandra Maischbergers Porträt »Helmut Schmidt außer Dienst«, der Zweiteiler über »Die RAF«, »Merkels Macht – auf den Spuren

der Kanzlerin« sowie die folgenreiche Aufarbeitung »Das Schweigen der Quants« über die Schuld der Unternehmerfamilie im Dritten Reich.

Große Aufmerksamkeit erzielten die so genannten »Eventprogrammierungen«, das heißt die Koppelungen von Fernsehfilmen mit einem darauf folgenden, thematisch bezogenen Doku-Angebot (siehe Kapitel 2: »Kultur«).

Im Ereignis- und Dokumentationskanal PHOENIX wurde das politische und gesellschaftliche Geschehen im In- und Ausland mit täglichen Gesprächsformaten und Dokumentationen begleitet und vertieft. Schwerpunkte zu Themen wie Pflegenotstand, Bildung, Jugend und Medienkonsum rundeten das Angebot ab und bescherten PHOENIX 2007 mit einem Marktanteil von 0,9 Prozent das bisher beste Ergebnis seit Bestehen.

#### **Wirtschafts- und Sozialberichterstattung:**

Das Wirtschaftsmagazin »Plusminus« bleibt weiterhin die für die Zuschauerinnen und Zuschauer in diesem Bereich wichtigste Informationssendung. Der Themen-Mix aus verbraucherorientierten Beiträgen und wirtschaftspolitischer Berichterstattung brachte den Redaktionen 2007 einen durchschnittlichen Marktanteil von 12,5 Prozent.

Aktuelle und hintergründige Wirtschaftsberichterstattung finden die Zuschauerinnen und Zuschauer des Ersten darüber hinaus in allen Informationssendungen wie »Tageschau«, »Tagesthemen«, »ARD-Morgenmagazin«, »ARD-Mittagsmagazin«, den politischen Magazinen oder den entsprechenden »ARD-Ratgebern«. Informationen über wirtschaftliche Entwicklungen und Zusammenhänge werden genauso als aktuelle Nachrichten aufbereitet wie auch als Beiträge im Rahmen regelmäßiger Sendungsrubriken oder als Kommentarthema in den »Tagesthemen«. Auch die politischen Talkshows »Anne Will« und »hart aber fair« sowie der »Presseclub« befassen sich regelmäßig mit wirtschafts- und sozialpolitischen Fragestellungen.

Aktuelle Meldungen direkt vom Frankfurter Parkett bietet das speziell für das Thema Börse eingerichtete ARD-Team. In der Sendung »Börse im Ersten« informieren die Expertinnen und Experten des Ersten kenntnisreich und zur besten Sendezeit kurz vor der Hauptausgabe der »Tagesschau« über den täglichen Aktienmarkt.

Gut recherchierte Dokumentationen wie zum Beispiel »Gestern Auszeit – heute Vollzeit. Woher kommen die neuen Jobs?«, »Siemens im Schmiergeldsumpf«, »Tschüss Öl – Ciao Gas« (alle 2007) oder »Rentenangst!« (2008) versorgten die Zuschauerinnen und Zuschauer des Ersten auf eingeführten Dokumentationsendeplätzen zusätzlich mit ausführlichen Informationen über wirtschaftliche und sozialpolitische Zusammenhänge. Sonderformate zu Verbraucherfragen wie beispielsweise die Call-In-Sendung »Hilfe – alles wird teurer! So kann ich sparen« mit den beiden Chefredakteuren Sigmund Gottlieb und Jörg Schönenborn im September 2008 ergänzten das Angebot.

Das Börsenportal boerse.ARD.de unterscheidet sich von vergleichbaren Angeboten durch die allgemeinverständliche Darstellung wirtschaftlicher und börsentechnischer Abläufe und Zusammenhänge. Schwerpunkte waren beispielsweise das gestiegene Interesse an Zertifikaten oder die Hypothekenkrise und der dadurch ausgelöste Kurssturz an den Börsen.

## Europa- und Auslandsberichterstattung:

Anlässlich der deutschen EU-Ratspräsidentschaft (1. Halbjahr 2007) hat Das Erste, wie in den ARD-Leitlinien 07/08 zugesichert, seine europapolitische Berichterstattung weiter intensiviert: Die Europarede von Bundeskanzlerin Angela Merkel vor dem Europäischen Parlament wurde genauso live im Ersten übertragen wie der EU-Gipfel in Berlin (März 2007). Auch die Höhepunkte des 10. Europa Forums im Mai 2007 im Auswärtigen Amt in Berlin waren live im Ersten zu sehen. An den 50. Jahrestag des Abschlusses der Römischen Verträge erinnerte Das Erste unter anderem mit der Dokumentation »Der Weg nach Europa«. Die Auswirkungen der Europäischen Union auf den deutschen Arbeitsmarkt erörterte WDR-Chefredakteur Jörg Schönborn im Februar 2007 in der Sondersendung »Grenzen weg – Jobs weg? Was haben wir von Europa?« mit Europapolitikerinnen und -politikern und Betroffenen aus verschiedenen europäischen Ländern. Im »Europamagazin«, »Weltspiegel« und den »Weltreisen« finden Auslandsthemen im Ersten auf Regelsendeplätzen dreimal die Woche statt. Seit 2007 bietet Das Erste am Samstagnachmittag einen Auslandsschwerpunkt, mit der aufeinanderfolgenden Ausstrahlung von »Weltreisen« (16 Uhr) und »Europamagazin« (16.30 Uhr).

Dem außen- und innenpolitisch bedeutsamen G8-Gipfel 2007 in Heiligendamm wurde die ARD sowohl in den aktuellen Informationssendungen als auch in den Auslandsmagazinen und zusätzlich im Rahmen einer umfangreichen Sonderberichterstattung gerecht. Hierfür wurde beispielsweise das »Tagessthemen«-Studio nach Heiligendamm verlagert, so dass die wichtigste Nachrichtensendung vor Ort war. Diese aktuelle, fundierte, ausgewogene und attraktive Berichterstattung ermöglichte es den Zuschauerinnen und Zuschauern, sich zu diesem kontrovers diskutierten Thema ein umfassendes Bild zu machen und eine eigene Meinung zu bilden.

Dank des weltumspannenden Netzes von Auslandskorrespondentinnen und -korrespondenten kann die ARD ihren Zuschauerinnen und Zuschauern unabhängig recherchierte Reportagen und Dokumentationen auch aus Ländern garantieren, die keine Pressefreiheit zulassen. So strahlte Das Erste im Vorfeld der Olympischen Spiele in Peking 2007/2008 wie in den ARD-Leitlinien 2007/08 angekündigt einen zehnteiligen China-Schwerpunkt aus, der einen objektiven und kritischen Blick auf das Reich der Mitte bot. Dieser Schwerpunkt wurde aktuell durch Dokumentationen aus Tibet ergänzt, die die Lage der Tibeterinnen und Tibeter im Vorfeld der Olympischen Spiele anschaulich machten.

Neben den Terroranschlägen des 11. September hat in den vergangenen Jahren kaum ein Ereignis die Weltpolitik so beeinflusst wie der Krieg um den Irak. Im März 2008 jährte sich der Kriegsbeginn zum fünften Mal. Für Das Erste war dieser Jahrestag Anlass, den Zuschauerinnen und Zuschauern mit einem Programmschwerpunkt ein Bild der aktuellen Lage zu vermitteln. In der Reportage »Die gescheiterte Mission« beleuchteten die ARD-Korrespondentinnen und -Korrespondenten im Nahen Osten und in den USA die Situation im Irak, aber auch die Folgen des Krieges in den USA. Der »Weltspiegel« zeigte Beiträge über Veteranenschicksale in den USA, die ungeliebten irakischen Flüchtlinge im Nachbarland Syrien und die Situation in Basra nach dem Rückzug der Briten.

Auch über die Präsidentschaftswahl in den USA wurde über das Jahr hinweg ausführlich berichtet: vom Vorwahlkampf,

unter anderem mit dem Porträt der beiden demokratischen Kandidaten »Hillary gegen Obama – die Schlacht ums Weiße Haus«, bis zum endgültigen Wahltag am 4. November 2008. Die Einschränkung der Pressefreiheit in Russland mussten die Korrespondentinnen und -Korrespondenten des ARD-Studios Moskau am eigenen Leibe erfahren: So wurde ein Kollege im April 2007 während Recherchen am Rande einer Demonstration in St. Petersburg von Polizisten verprügelt. Zu den umstrittenen Präsidentschaftswahlen Anfang 2008 in Russland sendete Das Erste drei »Features am Mittwoch«: »Putins Russland«, »Ein Artikel zuviel«, und »Operation Machterhalt«. Mit der Themenwoche »Russland unzensuriert« (20. bis 29. Februar 2008) zeigte 35at wenige Tage vor der Präsidentschaftswahl die beiden Seiten des russischen Riesens: die Schönheit und die landschaftliche Vielfalt Russlands sowie Korruption, Machtmissbrauch und Medienkonzentration.

Am 14. Mai 1948 wurde der Staat Israel gegründet. Das Erste ging mit den Stücken »Jüdisch und demokratisch« sowie »1948 – Das Geburtsjahr des neuen Nahen Ostens« auf dieses Jubiläum 2008 ausführlich ein.

PHOENIX hat die europäische Perspektive in seinem Programm weiter verstärkt und ausgebaut. So berichtete der Kanal ausführlich über die deutsche EU-Ratspräsidentschaft, von den Sitzungen des EU-Parlaments oder den Entwicklungen zur EU-Verfassung. Mit »Mein Ausland« hat PHOENIX unter anderem ein regelmäßiges wöchentliches Format, das von den ARD- und ZDF-Auslandskorrespondentinnen und -Korrespondenten direkt mitgestaltet wird. Von der amerikanischen Präsidentschaftswahl berichtet PHOENIX in Zusammenarbeit mit einem US-TV-Partner, der für die Live-Berichterstattung Informationen aus erster Hand liefert wird.

Durch die Behandlung von Themen und Fragestellungen aus unterschiedlichen nationalkulturellen Perspektiven trägt ARTE insbesondere zum interkulturellen Dialog in Europa bei und schafft dadurch die Voraussetzung zur Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit.

## Sportberichterstattung:

Der Anteil der Sportberichterstattung im Ersten betrug 2007 5,8 Prozent. Die Auswertungen der Medienforschung haben auch für dieses Jahr wieder ergeben, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer die journalistisch hochwertigen, aktuellen und werbefreien Sportsendungen des Ersten derart schätzen, dass sie auch ein größeres Angebot nutzen würden.

Die ARD kommt mit ihrer Sportberichterstattung insbesondere ihrem Informationsauftrag nach. Aus diesem Grund gelten für die Sportsendungen die entsprechenden Qualitätskriterien wie beispielsweise unabhängige Berichterstattung, sorgfältige Recherche und anschauliche Vermittlung. Die Sportberichterstattung der ARD spiegelt aber auch den Wert des Sports für die Gesellschaft und dokumentiert und fördert seine Rolle als Integrations- und Identifikationsfaktor. Mit den Sportsendungen des Ersten ist es der ARD besonders erfolgreich gelungen, ein jüngeres Publikum anzusprechen. Die erfolgreichste Sportsendung des ganzen Jahres war am 4. Februar 2007 die Übertragung des Handball-WM-Finales Deutschland gegen Polen mit mehr als 16 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern. Im Sommer berichtete Das Erste von der Fußballweltmeisterschaft der Frauen, die bei der Weltmeisterschaft in China ihren vor vier Jahren errungenen Titel verteidigen konnten. Zu den bedeutenden Sport-Ereignissen des Jahres 2007 gehörten außerdem die Biathlon-WM

in Antholz und die Leichtathletik-WM in Osaka. 180 Stunden Wintersport im Ersten trugen in der Saison 2007/2008 über-  
wiegend wesentlich zum Programmfolg des Ersten bei.

Die deutsche Fußball-Nationalmannschaft der Herren konnte sich 2007 für die Teilnahme an der Fußball-Europameisterschaft in Österreich und in der Schweiz 2008 qualifizieren. Mehr als 13 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer sahen beispielsweise das EM-Qualifikationsspiel Tschechien gegen Deutschland im Ersten.

Die »Sportschau«-Sendungen konnten 2007 einen Zuschauerzuwachs verzeichnen. Positiv aufgenommen wurde vor allem die Streichung eines Werblockes, was eine Selbstverpflichtung aus den ARD-Leitlinien 2007/08 einlöste und die sportliche Berichterstattung weiter aufwertete. Bemerkenswert war in diesem Zusammenhang das Interesse des Publikums an der Fußball-Regionalliga in der »Sportschau«, die in der Saison 2006/07 ab 18.10 Uhr am Samstag neu eingeführt und gut angenommen wurde. Seit Anfang 2008 startet die »Sportschau« am Samstag und Sonntag bereits um 18 Uhr. Bestnoten erhielt die Berichterstattung von den Olympischen Spielen in Peking im Sommer 2008: Bei einer Repräsentativbefragung des von der ARD/ZDF-Medienkommission beauftragten IFAK-Instituts bewerteten 70 Prozent der Befragten die Qualität der ARD/ZDF-Olympiasendungen mit »sehr gut« oder »gut«. Die Übertragungen der Wettbewerbe im Ersten verfolgten bis zu fünf Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer, einzelne Wettkämpfe erreichten einen Marktanteil von mehr als 40 Prozent. Im Durchschnitt erreichten die Live-Sendungen aus Peking einen Marktanteil von 29,9 Prozent und eine Zuschauerzahl von 1,87 Millionen. Das etablierte Korrespondentennetz der ARD in Verbindung mit dem leistungsfähigen Olympia-Team ermöglichte den Berichterstatte-  
rinnen und Berichterstatte-  
rern vor Ort auch während der Spiele eine unabhängige Einordnung der Ereignisse. So befassten sich die Sendungen im Ersten ausführlich und aktuell mit kritischen Themen wie Doping und den Repressionen für das chinesische Volk, die Athletinnen und Athleten sowie Medienvertreterinnen und -vertreter. Den Paralympics, den Olympischen Spielen der Menschen mit Behinderungen, wurde die ARD in einer umfangreichen Sonderberichterstattung ebenso gerecht.

Die ARD hat im Berichtszeitraum weitere große Anstrengungen darauf verwendet, Doping-Machenschaften im Sport aufzudecken und konsequent zu ahnden. Im Februar 2007 nahm beim WDR eine Doping-Fachredaktion die Arbeit auf. Ziel dieser Maßnahme war es, die Kompetenz innerhalb der ARD zum Thema Doping zu bündeln und ressortübergreifend zum Einsatz zu bringen. Zudem müssen Ex-Athletinnen und -Athleten, die als Expertinnen und Experten im Rahmen der Sportberichterstattung im Ersten auftreten, eine eidesstattliche Erklärung abgeben, wonach sie in ihrer aktiven Zeit keine verbotenen Substanzen zu sich genommen haben. Im Sommer 2007 beschlossen ARD und ZDF einvernehmlich den Ausstieg aus der Live-Berichterstattung von der Tour de France, nachdem ein Mitglied des T-Mobile-Teams der Einnahme verbotener Substanzen überführt worden war. Stattdessen berichtete Das Erste nur in Zusammenfassungen von den aktuellen Geschehnissen und bemühte sich weiterhin in erster Linie um Aufklärung und Information.

Das Anti-Doping-Engagement der ARD umfasst alle Sportarten: So arbeitet Das Erste beispielsweise mit dem einzigen Box-Stall zusammen, dessen Kämpfer auf die Einnahme verbotener Substanzen getestet werden.

Die »Sportschau«-Sendung am Sonntagabend etablierte sich als wichtige Plattform für die gründlich recherchierten aktuellen Berichte aus verschiedenen Bereichen wie beispielsweise den Wettskandal im Tennis, aktuelle Doping-Erkenntnisse oder Korruptionsaffären.

Wie in den Leitlinien 2007/08 festgelegt, hat die ARD keine Exklusivverträge mehr mit aktiven Sportlern abgeschlossen.

Das Sportangebot sport.ARD.de wurde infolge des wachsenden Interesses der Nutzerinnen und Nutzer an multimedialen Inhalten weiter entwickelt. Das Angebot an Live-Streams von Sportereignissen und das On-demand-Angebot wurden erweitert, der Multimedia-Ticker verbessert. Auch im Online-Angebot sport.ARD.de wurde mit »Achtung positiv – das Doping-Webmagazin« ein Schwerpunkt gesetzt. Hier können sich Nutzerinnen und Nutzer in so genannten Themenräumen interaktiv über Dopingmethoden, Wirkungen, Motive und Hintergründe informieren.

Der ARD Text unterstützt die aktuelle Sportberichterstattung: Die Sportseiten – vor allem die Berichte über die Fußballbundesliga – sind die meistgenutzten Programmteile.

## 2. KULTUR

*Neben der aktuellen Kulturberichterstattung, seinen Dokumentationen, Features und Reportagen sowie den anspruchsvollen Fernsehfilmen ist es dem Ersten gelungen, die Zuschauerinnen und Zuschauer mit besonderen Programmschwerpunkten wie z. B. über Flucht und Vertreibung, deutsche Teilung oder den Contergan-Skandal in den 60er Jahren für zeitgeschichtliche Themen zu gewinnen. Laut der repräsentativen ARD-Trendumfrage für das Jahr 2007 hielten die Zuschauerinnen und Zuschauer Das Erste mehrheitlich für einen »unverzichtbaren Bestandteil der Kultur in Deutschland« – mit 51 Prozent liegt Das Erste hier deutlich vor allen anderen Fernsehprogrammen. Die von der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags hervorgehobene Feststellung, dass »vor allem der Kultur- und Bildungsauftrag das gebührenfinanzierte Fernsehen rechtfertigt«,<sup>1</sup> erfüllte Das Erste für ein breites Publikum. Für die besonders Kulturinteressierten boten die Kultur- und Dokumentationskanäle ARTE, 3sat und PHOENIX ein vielfältiges Programm. In 3sat fanden um 20.15 Uhr regelmäßig anspruchsvolle Kultursendungen statt, die auf diesem prominenten Platz, also auf dem oft geforderten Sendetermin zu Beginn des Hauptabends, sonst nicht ihr Publikum fänden. Mit einer großangelegten Dialog-Offensive off air in 16 mittelgroßen Städten wurden der gesellschaftliche Mehrwert und die Kulturleistungen der ARD kommuniziert und mit den Vertreterinnen und Vertretern kultureller Einrichtungen in der Region kritisch diskutiert. Über die Leistungen der ARD als Kulturvermittlerin, -Förderin und*

1 Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«, Bundesdrucksache 16/7000, S. 151

Dem Resümee der Enquete-Kommission, »die Hauptprogramme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks n(ä)hmen ihre Aufgabe, ein zentraler Navigator zu sein, der zu qualitativ wertvollen Sendungen führt, nur unzureichend wahr« (ebenda., S. 154), kann die ARD nicht folgen. Der hier vorgelegte Bericht zum Thema Kultur und Bildung versteht sich damit zugleich als eine Gegenarstellung. Über den Kulturbegriff der ARD im Allgemeinen siehe auch die Leitlinien 2009/10, Kapitel 2, Kultur.

-Produzentin sowohl im Fernsehen als auch im Hörfunk hat die Programmdirektion Das Erste gemeinsam mit dem SR ein Kulturbuch herausgegeben.

#### **Aktuelle Kulturberichterstattung:**

Das aktuelle Kulturmagazin »tft – titel thesen temperamente« erhielt einen neuen Moderator und ein neues Design: Seit November 2007 führt Dieter Moor immer sonntags durch die Sendung. Von der Kulturkritik und der Öffentlichkeit wurde die Wahl einer markanten Persönlichkeit, die dem Kulturmagazin im Ersten mehr Profil verleiht, sehr positiv aufgenommen. Das Büchermagazin »druckfrisch« ging mit acht Ausgaben pro Jahr auf Sendung. 2007 waren »tft« und »druckfrisch« zum ersten Mal mit einem eigenen Messestand auf der Leipziger Buchmesse vertreten. Die sendungsbegleitenden Online-Auftritte von »tft« und »druckfrisch« wurden neu gestaltet und verbessert.

#### **Fernsehfilm:**

Mit ihren zeitgeschichtlichen Fernsehfilmen ist die ARD ihrem Auftrag, anspruchsvolle Filme für ein breites Publikum zu bieten, nachgekommen. Große Aufmerksamkeit und überaus positive Kritiken erzielten vor allem die so genannten »Eventprogrammierungen«, das heißt die Koppelung von aufwändigen Fernsehfilmen mit einem darauf folgenden, thematisch bezogenen Doku-Angebot: so der historische Zweiteiler »Die Flucht« mit Maria Furtwängler in der Hauptrolle und den begleitenden Dokumentationen »Die Flucht der Frauen« und »Hitlers letzte Opfer« im März 2007; im September/Oktober 2007 der Zweiteiler »Die Frau vom Checkpoint Charlie« mit Veronica Ferres in der Hauptrolle und nachfolgender Doku; im November 2007 der Zweiteiler »Contergan« mit einer begleitenden Dokumentation im Anschluss. 2008 zeigte Das Erste einen Fernsehfilm zur Flugzeugentführung der »Landshut«, ebenfalls mit einer anschließenden Dokumentation über die Geiselnbefreiung in Mogadischu.

Mit diesen »Eventprogrammierungen« ist es gelungen, zeitgeschichtliche Themen in der Gesellschaft zu setzen und, wie im Falle von »Contergan«, eine breite öffentliche Diskussion auszulösen. Die gezeigten dokufunktionalen Events trugen dazu bei, die Erinnerung an einschneidende geschichtliche Ereignisse wachzuhalten, die auf das Leben vieler Menschen in Deutschland einen großen Einfluss hatten. Sinn und Zweck solcher aufwändig produzierten Filme ist es auch, den Dialog im Familien- und Freundeskreis über Generationengrenzen hinweg zu befördern und dadurch zur Entwicklung einer geschichtlichen Identität der Bundesbürgerinnen und -bürger beizutragen. Eine vertiefende Behandlung erfordern die fiktional aufbereiteten historischen Stoffe deshalb auch in den Talkformaten des Ersten. Die historischen Fernsehfilme verfolgten zwischen sieben und zehn Millionen Menschen (das entspricht einem Marktanteil bis zu 30 Prozent); die begleitenden Dokumentationen sahen zwischen sechs und sieben Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer.

Zu herausragenden Fernsehfilmen wie »Die Flucht«, »Die Frau vom Checkpoint Charlie«, »Contergan« und »Suchkind 312« wurden jeweils von DasErste.de ausführliche Onlinedossiers zum Film und zum zeitgeschichtlichen Hintergrund erstellt. Die Kommunikationsangebote im Internet zu diesen Programmhightlights wurden von den Zuschauerinnen und Zuschauern genutzt, um ihre persönlichen Erfahrungen und Schicksale zu schildern.

Auf dem Sendeplatz am Mittwoch um 20.15 Uhr brachte Das Erste anspruchsvolle Fernsehfilme, die bei einem breiten Publikum auf großes Interesse stießen: So sahen z. B. die Filme »Sie ist meine Mutter« 5,51 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer, »Meine Mutter tanzend« 6,41 Mio., »Vom Ende der Eiszeit« (ausgezeichnet mit dem Bayerischen Fernsehpreis 2007 für die beste Regie) 6,80 Mio., »Die andere Hälfte des Glücks« 5,71 Mio., »Nichts ist vergessen« 5,08 Mio., »Ich bin eine Insel« 5,66 Mio., »Verlassen« 6,08 Mio. und »Späte Aussicht« 6,24 Mio. Der FilmMittwoch griff gesellschaftlich relevante Stoffe auf wie z. B. Gewalt an Schulen in »Guten Morgen, Herr Grothe« (ausgezeichnet mit dem Grimme-Preis 2008 und dem Preis der Deutschen Akademie der Darstellenden Künste) oder »Einfache Leute« über Homosexualität in der Familie und erzählte auch unbequeme, leidvolle Geschichten wie die von der körperlich schwerstbehinderten Pauline in »Das Leuchten der Sterne« oder der schmerzhaften Empanzation einer Arbeitertochter in dem Zweiteiler »Teufelsbraten« nach dem Roman »Das verborgene Wort« der Lyrikerin Ulla Hahn. Im November/Dezember 2008 standen u. a. die Literaturverfilmung »Das Feuerschiff« und die Lebensgeschichte der Münchner Kabarettlegenden »Liesl Karlstadt und Karl Valentin« auf dem Programm des FilmMittwochs im Ersten. Für seine darstellerische Leistung in dem Fernsehfilm »Die Frau am Ende der Straße« erhielt Matthias Brandt die Goldene Kamera als »Bester deutscher Schauspieler«.

#### **Internationale Spielfilme:**

Viele Höhepunkte internationaler Filmkunst wie Pedro Almodóvars »La Mala Educación – Schlechte Erziehung«, Walter Salles' »Die Reise des jungen Che«, Jim Jarmuschs »Broken Flowers«, Paul Haggis' »L.A. Crash« oder »2046« von Wong Kar-Wai waren im Ersten vertreten. Großes Hollywood-Kino konnten die Zuschauerinnen und Zuschauer mit Titeln wie »Der menschliche Makel«, »Catch me if you can – Mein Leben auf der Flucht«, »Die Stunde des Jägers« oder »Terminal« auf den Regelsendeplätzen im Ersten erleben.

#### **ARD Kinokoproduktionen:**

Das Erste zeigte 2007 rund 20 von der ARD koproduzierte Kinofilme als Fernsehpremiere, darunter Publikumserfolge wie den mit dem »Goldenen Bären« ausgezeichneten Film »Gegen die Wand«, den mit dem europäischen Filmpreis prämierten Film »Sophie Scholl – Die letzten Tage« oder 2008 den mit dem Oscar ausgezeichneten Film »Das Leben der Anderen« und den ebenfalls mehrfach prämierten Kinopublikumserfolg »Wer früher stirbt ist länger tot«.

Die ARD fühlt sich der Pflege der deutschen Filmkultur sowohl im Kino als auch in ihren Fernsehprogrammen besonders verpflichtet. Ohne das überdurchschnittliche Engagement der ARD in diesem Bereich wäre das inzwischen auch international wieder konkurrenzfähige deutsche Qualitätskino nicht auf dem heutigen Stand. Eine Summe von rund 30 Mio. Euro zahlen die Landesrundfunkanstalten der ARD jährlich an die Länderfilmförderung und wenden kumuliert rund 190 Mio. Euro für Filmneuproduktionen auf. Weitere ca. 250 Mio. Euro investiert die ARD Degeto in Auftragsproduktionen von Fernsehfilmen und Serien (alle Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2006; geben aber einen Anhalt für die jährliche Größenordnung). Allein 2007 war die ARD an über 60 Kinokoproduktionen beteiligt. Die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags hat in ihrem Schlussbericht »Kultur

in Deutschland« vom Dezember 2007 das Engagement der ARD für den deutschen Film als wichtige Kulturleistung ausdrücklich hervorgehoben. Die Programmdirektion Das Erste hat dazu gemeinsam mit dem MDR ein umfangreiches ARD-Filmbuch herausgegeben.

#### **Dokumentationen, Features und Reportagen:**

Die Kulturredaktionen der ARD haben – neben den bereits erwähnten Begleitdokus zu den großen Fernsehfilmen – mit Dokumentationsreihen wie »Damals nach dem Krieg« und »Grenzenlose Liebe« oder dem Dokuschwerpunkt »Das Sudetenland, Ostpreußen und die verlorene Heimat« besonders an die Schicksale von Nachkriegszeit, Vertreibung und deutscher Teilung erinnert. Wie auch in der Reihe »Unsere 60er Jahre« wurde Geschichte dabei aus dem Blickwinkel der Menschen erzählt, die sie erlebt haben – authentisch, emotional und unverstellt. Mit diesem Konzept gelang es, ein großes Publikum für zeit- und kulturgeschichtliche Themen zu interessieren. In dem Geschichtsmagazin »Geheimnis Geschichte« nahm Moderator Thomas Kausch die Zuschauerinnen und Zuschauer ab Dezember 2007 sechs Mal mit auf eine Zeitreise in die Vergangenheit.

Klassiker wie »Die großen Kriminalfälle« blieben im Marktanteil durchschnittlich unter der 10-Prozent-Marke. Dagegen fanden Porträts bekannter Persönlichkeiten in den Reihen »Die Erben« und »Legenden« wieder ihr Publikum. Insgesamt konnte die Reichweite der Dokus im Ersten leicht verbessert werden auf durchschnittlich 8,6 Prozent Marktanteil im Jahr 2007. Im März/April 2008 startete Das Erste mit »Das Geheimnis meiner Familie« eine neue Dokumentationsreihe, in der sich vier Prominente auf Spurensuche in die eigene Vergangenheit begaben.

Im Sommer 2008 wurden am Mittwoch- und Donnerstagabend unter dem Serientitel »Deutschland, deine Künstler« herausragende Persönlichkeiten der deutschen Kunstszene porträtiert und bei der Arbeit beobachtet. Im Mai 2007 ging eine Dokumentation mit dem Titel »Paganinis Geheimnis« dem Virtuosenum des so genannten »Teufelsgeigers« nach. Im Juli 2007 zeigte Das Erste ein Porträt über die »Bayreuther Festspiele« und die Nachfolgefrage am Grünen Hügel. Im Oktober 2007 brachte Das Erste zum Tod von Walter Kempowski »Das letzte Gespräch« mit dem berühmten Schriftsteller. Im November 2007 erinnerte der Film »Vom Glanz und Vergehen der Gruppe 47« an die legendäre Vereinigung von Schriftstellerinnen und Schriftstellern, die vor 60 Jahren zu ihrem ersten Treffen zusammenfand. Die Doku »Das Reichsorchester« beschäftigte sich ebenfalls im November 2007 mit den Verstrickungen der Berliner Philharmoniker in den Nationalsozialismus. Zum 100. Geburtstag Herbert von Karajans widmete Das Erste dem großen Dirigenten im März 2008 ein Porträt. Im August 2008 gab Das Erste unter dem Titel »Tempel, Logen, Rituale« Einblicke in die Geheimbünde der Freimaurer. Mit den Filmen »Die jüdische Weltmacht«, »Jüdisches Leben in Deutschland«, »Reichspogromnacht« sowie »Das Tagebuch des Willy Cohn« widmete Das Erste der jüdischen Kultur und Geschichte im Oktober/November 2008 einen dokumentarischen Schwerpunkt.

Der Kulturkanal 3sat erweitert Blickwinkel – und verbindet, was zusammengehört. In 3sat haben Kultur, Wissen, Bildung und Gesellschaft ihren festen, für die Zuschauerinnen und Zuschauer auffindbaren Platz. »Kulturzeit« und »nano« sind als werktägliche Magazine zwei im deutschen Fernsehen einzigartige Angebote. Zum Markenzeichen von 3sat sind auch die 24-Stunden-Thementage geworden. Durch die Fokussierung aller Sendungen auf ein Thema erhalten die

Zuschauerinnen und Zuschauer Einblicke unter die Oberfläche, ohne den Überblick zu verlieren. Mit »wissen aktuell« bündeln die 3sat-Partner mehrmals im Jahr die redaktionelle Kompetenz aus ihren Häusern und senden Wissenschaft zur Primetime. Beim 3sat-Zuschauerpreis wählen die Zuschauerinnen und Zuschauer den besten Fernsehfilm des Jahres. Die ARD prägt das 3sat-Programm auch mit eigenen Formaten, so etwa mit der Sendereihe »Bilderstreit«, in der Expertinnen und Experten über Künstlerinnen und Künstler und deren aktuelle Ausstellungen sprechen, oder den »Bühler Begegnungen« mit Peter Voß.

2007/08 verantwortete die ARD jeweils sechs Thementage, die sich unter anderem mit Themen wie »Ägypten entdecken«, die »Unesco-Weltkulturerbestätten«, »Mayas, Inkas und Azteken«, »Planet Erde«, »Revolutionäre Erfindungen«, »Imperium Romanum« oder »Türkei entdecken« beschäftigten. Ein weiterer Programmhöhepunkt war die Vorstellung der »sieben neuen Weltwunder« im Oktober 2007.

Zum 50. Todestag von Lion Feuchtwanger präsentiert 3sat im Dezember 2008 eine umfassende Werkschau des Dichters. Im März 2008 trat ein neues Programmschema für den Nachmittag in Kraft. Der Zeitraum zwischen 14 und 17:15 Uhr wurde weitgehend monothematisch ausgerichtet, was bei den Zuschauerinnen und Zuschauern auf positive Resonanz stößt. 2007 konnte 3sat seinen Qualitätsanspruch gewährleisten und seinen Marktanteil von 0,98 Prozent in 2006 auf 1,04 Prozent steigern.

Der französisch-deutsche Kulturkanal ARTE sieht seine programmliche Aufgabe darin, mit seinen »Themenabenden« und Dokumentationen, seinen Sendungen zu Geschichte, Kunst, Kultur und Film Weltoffenheit und Toleranz zu fördern, Verständigung über unsere kulturellen Wurzeln und Werte zu ermöglichen und einen Beitrag zur Integration und zum Zusammenhalt im europäischen Kulturraum zu leisten. So brachte ARTE im Oktober 2007 eine Dokumentationsreihe, die sich unter dem Titel »Demokratie – für alle?« mit der politischen Kultur in verschiedenen Ländern befasste und dabei auch die Grundwerte unseres Demokratieverständnisses – Aufklärung, Gewaltenteilung, Menschenrechte – reflektierte. Im Herbst 2008 strahlte ARTE »Europas große Dramatiker« aus, ein Projekt, bei dem die Zuschauerinnen und Zuschauer die zehn bedeutendsten Bühnenautorinnen und -autoren wählen konnten, die dann in ausführlichen Einzeldokumentationen porträtiert wurden.

Neben den Filmen »Die Flucht« und »Die Frau vom Checkpoint Charlie«, die auf ARTE vor ihrer Ausstrahlung im Ersten gezeigt wurden, waren die genreübergreifenden Reihen »Summer of love« in 2007 und »Black is beautiful« sowie in 2008 der Schwerpunkt zum Thema »Jahrgang 1968« besonders zuschauerattraktive Programme. 2007 konnte ARTE seinen Marktanteil von 0,5 Prozent im Jahr 2006 auf 0,7 Prozent steigern.

#### **Kirche und Religion:**

Herausragendes Ereignis auf dem Religions-Regelendeplatz im Ersten am Sonntagnachmittag war die Ausstrahlung der sechsteiligen Dokumentarreihe »Die Juden – Geschichte eines Volkes« im März/April 2007. Sieben Jahre nach der erfolgreichen Serie »2000 Jahre Christentum« präsentierte die ARD gemeinsam mit ARTE damit eine neue aufwändige Großproduktion, bei der die 3000-jährige Geschichte des Judentums aufgeblättert wurde.

Seit Dezember 2007 trägt der Sendeplatz um 17:30 Uhr am Sonntagnachmittag wieder den Titel »Gott und die Welt«.

Die von den Sendern eingebrachten Einzelreportagen wurden damit unter einer »Dachmarke« gebündelt und bekamen somit ein stärkeres Profil, mit dem sie noch größere Aufmerksamkeit erzielen sollen.

Fester Bestandteil im Programm des Ersten waren »Das Wort zum Sonntag« sowie die Gottesdienste zu den wichtigsten christlichen Feiertagen. Unterstützt von einer begleitenden Arbeitsgruppe der ARD-Koordination für kirchliche Sendungen führten evangelische und katholische Kirche einen Dialog über ein gemeinsames Vorgehen bei der Optimierung der Sendung »Wort zum Sonntag«. Die Diskussion über die behutsame Umgestaltung dieser zweitältesten Sendereihe des deutschen Fernsehens ist noch im Gang.

2007 brachte Das Erste vier Filme, die sich mit dem deutschen Papst und der Person Joseph Ratzingers intensiv beschäftigt haben: »Benedikt der XVI. – Eine deutsche Geschichte«, »Was Benedikt bewegt – Ein Papst schärft sein Profil«, »Der Papst privat – Wie man ihn noch nie gesehen hat« und »Der Papst und die Juden«. Aus Anlass des Besuchs des Papstes in Österreich übertrug Das Erste den Gottesdienst aus dem Wiener Stephansdom. In dem 2008 ausgestrahlten Film »Der Papst und sein Jesus« wurden wesentliche Thesen von Ratzingers Jesus-Buch in ein audiovisuelles Medium übertragen und gleichzeitig Hintergründe zu dem Weltbestseller aus dem Vatikan geliefert.

Zum Katholikentag übertrug Das Erste an Fronleichnam im Mai 2008 den Festgottesdienst live aus Osnabrück. Zwei Reportagen zum Auftakt und zum Ende des Katholikentags, »Zölibat und Zukunftsangst« und »Das Kreuz mit der Zukunft«, setzten sich kritisch mit Themen und Perspektiven der katholischen Kirche auseinander.

»Glauben und Leben« und »Glaubenswelten« sind die beiden wöchentlichen Sendeplätze bei PHOENIX, auf denen regelmäßig Reportagen und Dokumentationen zum Thema »Religion« ausgestrahlt wurden. Außerdem übertrug PHOENIX seit 2007 wieder »Tacheles«, die Gesprächssendung der evangelischen Kirche. Vom Evangelischen Kirchentag im Juni 2007 in Köln hat der Ereignis- und Dokumentationskanal über 20 Stunden gesendet. PHOENIX begleitete den Österreichbesuch von Papst Benedikt XVI. im September 2007. Umfassend wurde auch vom 97. Deutschen Katholikentag in Osnabrück berichtet. Der Eröffnungs- und Abschlussgottesdienst sowie viele Diskussionsveranstaltungen wurden übertragen. In zahlreichen Gesprächssendungen, Dokumentationen und Reportagen hat sich PHOENIX intensiv mit den unterschiedlichen Glaubensgemeinschaften, die unsere Welt prägen, auseinandergesetzt.

#### **Musik:**

Das Angebot an klassischer Musik im Ersten konnte im Berichtszeitraum erhalten werden. Neben der Übertragung ausgewählter Konzerte, wie dem des SWR Sinfonieorchesters Stuttgart zum 80. Geburtstag von Papst Benedikt XVI. im Vatikan oder dem traditionellen Europakonzert der Berliner Philharmoniker am 1. Mai 2007 aus dem Kabelwerk Oberspree und am 1. Mai 2008 aus dem Tschairowsky-Konservatorium in Moskau, sendete Das Erste aus der Arena in Verona Giuseppe Verdis Oper »Nabucco« in einer Neuinszenierung von Denis Kriefs zur besten Sendezeit um 21.45 Uhr.

3sat zeigte im Juni 2007 Wagners »Ring des Nibelungen« in der Fassung der Stuttgarter Staatsoper. Im Rahmen des »Festspielsommers« präsentierte 3sat 2008 Konzerte und Opern von renommierten Festivals und Musiktheaterbühnen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, darunter das »Rheingau Musik Festival«, das »Schleswig-Holstein Mu-

sik Festival«, die Berliner Waldbühne und die »Schwetzinger Festspiele«. Am 1. Mai 2008 zeigte 3sat einen Thementag mit Konzertausschnitten berühmter Rock- und Popmusikerinnen und -musiker, darunter Madonna, Tina Turner, Amy Winehouse, Queen, George Michael, Marius Müller-Westernhagen, Herbert Grönemeyer, Rosenstolz, Die Toten Hosen u. v. a.

ARTE bot 2007 musikalische Highlights zur Weihnachtszeit, so etwa eine Live-Übertragung von Wagners »Tristan und Isolde« aus der Mailänder Scala, sowie verschiedene Sinfoniekonzerte mit namhaften Solistinnen und Solisten. Zum 100. Geburtstag von Herbert von Karajan brachte ARTE im April 2008 einen Programmschwerpunkt.

#### **Migration und Integration:**

Die in den Leitlinien 07/08 angekündigte Erhebung über das Fernsehverhalten von Zugewanderten und ihre Erwartungen an deutschsprachige Programme wurde im Berichtszeitraum durchgeführt. Von Oktober 2006 bis Februar 2007 hat TNS Emnid im Auftrag von ARD und ZDF insgesamt 3 010 Telefoninterviews (CATI) realisiert. Die Ergebnisse lassen keine ausgeprägte mediale Parallelgesellschaft erkennen. Alle Migrantinnen- und Migrantengruppen werden von deutschen Medien gut erreicht. Allerdings besteht ein enger Zusammenhang zwischen der Nutzung deutscher Medien und guten Sprachkenntnissen der Migrantinnen und Migranten. Barrieren zu deutschen Medien lassen sich bei einzelnen ethnischen Gruppen und generell bei älteren Migrantinnen und Migranten feststellen. Fernsehen und Internet werden von Migrantinnen und Migranten in ähnlichem Umfang wie von Deutschen genutzt. Das Fernsehen ist für Migrantinnen und Migranten das Leitmedium, obwohl die öffentlich-rechtlichen Programme diese Zielgruppe weniger gut erreichen als das deutsche Publikum. Die Programme der ARD sind aber durchaus im »Relevant Set« der von Migrantinnen und Migranten genutzten Fernsehprogramme verankert. Sie haben ein positives Image, vor allem aufgrund der ihnen von allen Befragten bescheinigten hohen Informationskompetenz.

Die ARD hat durch den Einsatz prominenter Persönlichkeiten mit Migrationshintergrund das Identifikationsangebot für Migrantinnen und Migranten im Programm des Ersten weiter gestärkt. Mehmet Kurtulus spielt seit Herbst 2008 in der Krimireihe »Tatort« den NDR-Kommissar Cenk Batu. Wie seine Rolle ist auch der Schauspieler selbst türkischer Abstammung. Nicht zuletzt durch seine langjährige Zusammenarbeit mit dem Regisseur Fatih Akin (»Gegen die Wand«, eine vielfach preisgekrönte ARD-Kinokoproduktion) gehört Mehmet Kurtulus zu den herausragenden Vertretern einer türkischen Einwanderergeneration, die in Deutschland aufgewachsen ist und mit ihrem Migrationshintergrund selbstbewusst umgeht bzw. Integrationsprobleme in den Mittelpunkt ihres künstlerischen Schaffens gerückt hat.

Kurtulus war im Ersten bereits in der »Tatort«-Folge »Wem Ehre gebührt« an der Seite von Maria Furtwängler als Ermittler zu sehen. Der Film von Angelina Maccarone thematisierte einen Inzestfall unter in Deutschland lebenden Alevitinnen und Aleviten und provozierte damit heftige Diskussionen und Demonstrationen. Die Behandlung von Migrations-themen, das haben die Proteste der Alevitischen Gemeinde gezeigt, kann auch zu Konflikten führen, während derer der öffentlich-rechtliche Rundfunk sein Verständnis von Kunstfreiheit zu vertreten hat. Der NDR ist in einen intensiven Dialog mit den Betroffenen eingetreten, der eine Annäherung in vielen Punkten erbracht hat.

In unterhaltender Weise ging die vielfach preisgekrönte Serie »Türkisch für Anfänger« mit dem Thema Integration um. Die fiktive Lebensgemeinschaft einer deutschen Mutter und deren Tochter mit einem türkischen Mann und dessen beiden Kindern sorgt für viele Konfliktsituationen, in denen kulturelle Differenzen mit Humor und Einfühlungsvermögen geschildert und ausbalanciert werden.

In einer großen Abendshow machte Das Erste im September 2008 einen Einwanderungstest: »Wie deutsch bist du wirklich?« lautete die Frage und zugleich der Titel der Sendung. Das Erste stellte Zugewanderte aber nicht nur in Problemzusammenhängen dar. Menschen mit Migrationshintergrund und/oder verschiedener Hautfarbe gehören heute zum normalen Alltagsbild in Deutschland und deshalb selbstverständlich auch zum Programm des Ersten. Ihr Einsatz als Moderatorinnen und Moderatoren oder Schauspielerinnen und Schauspieler in den unterschiedlichen programmprägenden Sendungen des Ersten ist der ARD ein besonderes Anliegen. Beispielfhaft seien hier Tarek Youzbachi, Birand Bingül, Michail Paweletz oder Ingo Zamperoni in den Nachrichtensendungen, Ranga Yogeshwar in »Wissen vor 8« oder die Schauspielerin Dominique Siassia in der Serie »Sturm der Liebe« erwähnt.

Besonders wichtig ist es der ARD, Toleranz und Integrationsbereitschaft bereits bei Kindern und Jugendlichen zu fördern. Das unvoreingenommene, vorurteilsfreie Zusammenleben mit ausländischen Mitbürgerinnen und Mitbürgern ist in Serien wie »Die Pfefferkörner« oder »Renschwein Rudi Rüssel« Programm. In beiden Serien spielten türkische bzw. deutsch-türkische an der Seite von deutschen Schauspielerinnen und Schauspielern.

Mit dem CIVIS-Medienpreis für Integration wurden im Mai 2008 im Bereich Information zwei ARD-Dokumentationen ausgezeichnet: der Film »Todesfahrt im Fischerboot. Afrikas Flüchtlinge und Europas Interessen« aus der Reihe »die story« und »Schule der Toleranz – Kinderdemokratie in Tener« über das Integrationskonzept einer staatlichen Grundschule in Bremens sozialem Brennpunkt Tener. Außerdem erhielten die politischen Magazine »Panorama« und »Kontraste« eine »lobende Erwähnung« für ihr Engagement gegen Rechtsextremismus in Deutschland.

### 3. BILDUNG, WISSEN UND BERATUNG

*Mit den Themenwochen unter dem Motto »Kinder sind Zukunft« und »Mehr Zeit zu leben – Chancen einer alternden Gesellschaft« im April 2007 und 2008 hat die ARD ihre programmlichen Ressourcen gebündelt, um über alle Landesrundfunkanstalten, kooperierten Programme und anderen Auspielwege die Themen »Kinder, Jugend, Familie, Generationen« und »demographischer Wandel« umfassend zu behandeln. Dabei prägten erneut viele eigens produzierte Programm-Highlights beide Themenwochen – vor allem im Ersten. Neben diesen sender- und genreübergreifenden Programmwochen hat Das Erste in seinen Wissensmagazinen, Dokumentationen und der Ratgeber-Reihe seine Bildungs- und Servicefunktion erfüllt.*

#### ARD-Themenwochen:

Die ARD-Themenwochen haben sich als ein wirksames Instrument erwiesen, um über die täglichen Programmanstrengungen hinaus einen gesellschaftlichen Mehrwert für alle zu schaffen. Nach Auswertung der ARD-Medienforschung sahen bei der Themenwoche »Kinder sind Zukunft« im Jahr

2007, die unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten Horst Köhler stand, knapp 39 Millionen Bundesbürgerinnen und -bürger mindestens eine der angebotenen Sendungen in den Fernsehprogrammen der ARD, das sind mehr als die Hälfte (52,5 Prozent). Im Jahr 2008 war der Wert sogar noch etwas höher: Über 40 Millionen Bürgerinnen und Bürger schalteten mindestens eine Sendung der Themenwoche »Mehr Zeit zu leben« ein – der entsprechende Anteil der Bevölkerung lag hier bei etwa 55 Prozent.

Das Sendevolumen in Hörfunk und Fernsehen konnte bei der Themenwoche »Kinder sind Zukunft« gegenüber der ersten Themenwoche »Leben – was sonst« (2006) um das Dreifache ausgeweitet werden, so dass 2007 1712 Beiträge im Hörfunk (391 Stunden Sendezeit) und 1198 Beiträge im Fernsehen (505 Stunden Sendezeit) sowie über 100 Hintergrundbeiträge und eine Reihe interaktiver Mitmachaktionen im Internet angeboten wurden. ARD Text realisierte erstmals Kindernachrichten, Umfragen und die Untertitelung von Live-Sendungen. Bei der Themenwoche 2008 widmeten sich rund 2000 Beiträge im Fernsehen (340 Stunden), Radio (287 Stunden) und Internet dem demographischen Wandel. Die Möglichkeiten der aktiven Beteiligung für die Internet-Nutzerinnen und -Nutzer wurden weiter verbessert. Mit einer bundesweiten Mailingaktion wurden Schulen aufgefordert, sich an einem multimedialen Zukunftswettbewerb zu beteiligen und Texte, Bilder, Audios und Videos mit ihren Ideen zum zukünftigen Zusammenleben der Generationen einzuschicken.

An einem Aktionstag zeigten zur ARD-Themenwoche 2008 Institutionen und Initiativen in rund 140 deutschen Städten und Gemeinden, wie sie sich bereits heute auf die großen gesellschaftlichen Umwälzungen vorbereiten, die der demographische Wandel mit sich bringt.

#### Magazine und Wissensprogramme:

Das Wissenschaftsmagazin »W wie Wissen« am Sonntagnachmittag bekam mit Dennis Wilms im Januar 2008 einen neuen Moderator. 2007 konnte das konzeptionell überarbeitete Magazin seinen Marktanteil auf 8,8 Prozent steigern. Die Sendung will auf unterhaltsame Weise am Nachmittag breite Zuschauerschichten für Wissensthemen gewinnen und ein Grundverständnis dafür schaffen, wie spannend Wissenschaft sein kann und was sie zur Lösung der Probleme in unserer Welt beiträgt. Jede Sendung stand dabei unter einem bestimmten Motto, um das sich verschiedene Beiträge gruppierten.

In »Wissen vor 8« erklärte Ranga Yogeshwar in einem neuen zweiminütigen Format im März/April 2008 in 24 Ausgaben kurz vor der »Tagesschau« Alltagsphänomene aus wissenschaftlicher Perspektive. Im August fand die Reihe mit weiteren 80 Folgen ihre Fortsetzung.

Im Herbst 2007 wurde am späten Sonntagabend nach dem Kulturmagazin »ttt« ein »Entwicklungsplatz« etabliert: 2007 wurden vier Folgen des Jugendmagazins »Echtzeit« gesendet; 2008 liefen eine Kultur-Staffel mit »Matusseks Reisen« und eine Wissens-Staffel unter dem Titel »Brain«.

Mit dem 60-minütigen »WissenschaftsFORUM Petersberg« hat sich bei PHOENIX ein Gesprächsformat etabliert, in dem sechsmal im Jahr wichtige Themen des 21. Jahrhunderts aus dem Blickwinkel der Wissenschaft diskutiert werden (2007 u. a. zu den Themen Klima, die beschleunigte Gesellschaft, Datenschutz). 2008 begleitete PHOENIX in »ALLTag« die Columbus-Mission mit dem deutschen Astronauten Hans Schlegel an Bord.

## **Sendereihen und Dokumentationen:**

Zur besten Sendezeit um 20.15 Uhr hat Das Erste von Januar bis September 2007 und seit Juli 2008 unter dem Reihentitel »Erlebnis Erde« einen festen Sendeplatz mit aufwändig produzierten Natur- und Tierdokumentationen wie »Planet Erde« (vier Teile), »Tropenwelt Karibik«, »Naturwunder Galapagos« (je zwei Teile), »Die Ostsee«, »Die Nordsee« u. v. a. eingerichtet. Im Anschluss um 21 Uhr zeigte Das Erste jeden Montag eine weitere Dokumentation, die den Zuschauerinnen und Zuschauern Wissen aus den unterschiedlichsten Bereichen vermittelte, vom Leben im Kinderhospiz über Ernährungsprobleme Jugendlicher bis hin zu Möglichkeiten alternativer Energien, vom iranischen Atomprogramm über Steuer- und Subventionspolitik in Deutschland bis zu der dreiteiligen Reihe »Die Entscheidung«, die nach Verantwortung, Moral und Selbstbestimmung von Menschen in existenziellen Notlagen und Krisensituationen fragte. Kritisch aufgearbeitet wurden außerdem die Todesumstände in den Fällen Uwe Barschel und Jürgen Möllemann sowie der Aufstieg Arnold Schwarzeneggers vom Schauspieler und Bodybuilder zum Gouverneur von Kalifornien.

Im Vorabendprogramm wurden 16 Folgen der Living-History-Reihe »Die Bräuteschule 1958« gezeigt, bei der zehn junge Frauen für sechs Wochen in die Realität einer Hauswirtschaftsschule aus den 50er Jahren versetzt wurden. Die »Living-History«-Produktion »Die Steinzeit«, die Sozial- und Wirtschaftsgeschichte in Hauptabendprogramm auch für jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer erlebbar machen sollte, fand leider nicht den erwarteten Zuspruch.

Erfolgreich waren dagegen die klassischen Reisereportagen im Feiertagsprogramm 2007, wie »Von Sibirien nach Japan«, »Von Lhasa nach Kashgar«, »Messners Alpen«, »Traumzug durch Afrika« und »Reise durch Karelien«. 2008 wurden u. a. »Die Germanen« (an Ostern), »Die Nibelungen« (an Pfingsten), »Neuschwanstein« und »Der Vatikan« (zum Jahresende) platziert.

## **Beratung und Service:**

Die acht »ARD-Ratgeber« zu den Themen »Auto & Verkehr«, »Bauen & Wohnen«, »Geld«, »Recht«, »Heim & Garten«, »Gesundheit«, »Technik« und »Reise« prägten im Wesentlichen das Angebot des Ersten für Verbraucherinnen und Verbraucher.

Neben der Geldanlage umfasste die Themenpalette des »ARD-Ratgebers: Geld« u. a. die Bereiche Steuern, Banken, Versicherungen, Immobilien, Mieten und Erbschaft. Jede Sendung enthielt zwei Rubriken: »Top-Tipps Geldanlage« vom Tagesgeld bis zur risikoreichen Aktien-Anlage sowie den mit der GfK Nürnberg entwickelten »Küchenindex«, der Orientierungswissen über Kostensteigerungen im Haushalt ermöglicht. In allen Beiträgen wurde besonders darauf Wert gelegt, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer die Informationen und Tipps unmittelbar danach auch im Alltag umsetzen können.

Die Paragrafenwelt für Bürgerinnen und Bürger verständlicher zu machen – das ist das erklärte Ziel des »ARD-Ratgebers: Recht«. Die Themenangebote für die Zuschauerinnen und Zuschauer orientierten sich an den Rechtsproblemen des Alltags: vom Miet-, Arbeits-, Familien-, Schul- und Erbrecht bis zu speziellen Rechtsproblemen wie Vorsorgevollmacht, Patientenverfügung, Gesundheitsvollmacht oder das Behindertentestament. Dabei wurden den Zuschauerinnen und Zuschauern nicht nur in filmischer Form Tipps gegeben, sondern auch konkrete Hilfe bei der Formulierung, zum Bei-

spiel einer Patientenverfügung, angeboten. In der Rubrik »RECHT kurz« wurden Fragen aus Zuschauerbriefen in Kurzfilmen beantwortet.

Der »ARD-Ratgeber: Technik« machte Produkttests, gab Tipps und berichtete über Trends aus dem ganzen Spektrum der Alltagstechnik. Die Redaktion war stets auf der Suche nach nützlichen Innovationen und Sparpotenzialen, aber auch nach Etikettenschwindel oder gefährlicher Technik.

Die Entwicklungen in der modernen Medizin sind so rasant, dass ihre Ergebnisse fast täglich für Schlagzeilen sorgen. Der »ARD-Ratgeber: Gesundheit« bot Orientierungshilfe im Bereich der Medizin und stellte neue Erkenntnisse, Entwicklungen sowie medizinische Behandlungsverfahren vor. Darüber hinaus ging es schwerpunktmäßig auch um die Motivation zu einem gesunden Leben und natürlich um die Prävention von Krankheiten.

Die einzelnen Film-Beiträge des »ARD-Ratgebers: Bauen & Wohnen« gaben Tipps und Informationen zu praktischen Problemen rund ums Bauen und Einrichten, zu Sparmodellen beim Kaufen und Bauen, zu Mieterkonflikten, Rechtsfragen und Finanzierungsmöglichkeiten, zum Energiesparen, zu neuen kreativen Wohnideen und Einrichtungstrends. Ökologische Fragen nahmen dabei im Berichtszeitraum einen immer größeren Platz ein. So wurden eigene, unabhängige Untersuchungen und Messungen, z. B. zum Thema »Schadstoffe in Teppichen, in Möbeln, Fußböden« etc., durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen fanden Eingang in die Grenzwertrichtlinien des Europaparlaments.

Der »Ratgeber Auto & Verkehr« warnte vor Internetbetrügerinnen und -betrügern beim Autokauf, informierte über Spritspartechiken im Straßenverkehr oder klärte darüber auf, wie Autoherstellerinnen und -hersteller mit der Kulanz umgehen. Weitere Themenschwerpunkte waren Verkehrssicherheit, die Verkehrspolitik, z. B. bei den Mautgebühren, und der Umweltschutz, z. B. beim Streit um die Förderung von Dieselpartikelfiltern zum Nachrüsten.

Vom großen und kleinen Hausgarten mit allen erdenklichen Feinheiten entsprechend den Jahreszeiten bis hin zum feinen Pflanzenparadies auf dem Balkon und in der Wohnung: Auf Alltagsfragen bei der Garten- und Pflanzenpflege fanden die Zuschauerinnen und Zuschauer im »ARD-Ratgeber: Heim & Garten« ebenso eine Antwort wie bei der Suche nach neuen »botanischen« Inspirationen, dem umweltgerechten Gärtnern oder sinnvollen technischen Hilfsmitteln.

Der »Ratgeber Reise« versteht sich als Reiseführer mit konkreten Tipps und versucht, die Chancen eines Hochglanzmagazins und einer Infosendung auf unterhaltende Art zu verbinden. Die Moderation wurde grundsätzlich außerhalb des Studios aufgezeichnet, das heißt an touristisch interessanten Orten. Dabei wurde darauf geachtet, dass diese überwiegend in Deutschland und den Nachbarstaaten liegen.

Ratgeber.ard.de ist das Verbraucherportal der ARD im Internet. Redaktionell bündelt und strukturiert es die Ratgeber- und Serviceinformationen aus Radio, TV und Online. Die Nutzerinnen und Nutzer finden neben aktuellen Meldungen auch nachhaltige Informationen und Sendungshinweise aus allen Programmen der ARD. Beispielfhaft für die Arbeit von Ratgeber.ARD.de steht das Special »Altersvorsorge«. Die Nutzerinnen und Nutzer konnten sich dort nicht nur informieren, wie hoch ihr jeweiliger Vorsorgebedarf ist, wie hoch die Renten künftig besteuert werden oder wie die staatliche Altersvorsorge schon heute optimiert werden kann. Gestützt auf die Berichte unterschiedlicher Verbrauchermagazine aus

Fernsehen und Hörfunk informierte das Special zudem über die staatlich geförderte Riester-, Rürup- und Betriebsrente bzw. über die Möglichkeiten privater Vorsorge. Auf der Basis der gesammelten Ratgeber-Kompetenz der ARD-Programme und frei von kommerziellen Interessen bot Ratgeber.ARD.de nach diesem vernetzten Prinzip allen Nutzerinnen und Nutzern nachhaltige und verlässliche Verbraucherinformationen.

Das »ARD-Buffer« ist der Fernseh-Ratgeber am Mittag. Hier erhielten die Zuschauerinnen und Zuschauer Antwort auf viele Alltagsfragen, Tipps für die Gesundheit, Hinweise zum Energiesparen, Einrichtungsideen, Dekorationsvorschläge von Floristen, Anregungen zum Kochen, wertvolle Empfehlungen über richtige Ernährung oder Gartenpflege ebenso wie zu den Themen Auto und Verkehr, Umwelt oder Recht. Zentraler Bestandteil ist die Expertinnen- und Experten-sprechstunde »Hallo Buffer«, in der Zuschauerinnen und Zuschauer live ihre Fragen zu aktuellen Themen des täglichen Lebens stellen können. Eröffnet wird die Sendung jeden Tag durch eine filmische Alltagsminiatur. Seit Januar 2007 reist ein Reporter für die Serie »Lokalseiten« kreuz und quer durch die Bundesrepublik und stellt in Zusammenarbeit mit Lokalredaktionen deutscher Tageszeitungen in kurzen Filmberichten wochenweise die Besonderheiten einer Region vor. Ein wichtiges Anliegen der Redaktion ist es, die Zuschauerinnen und Zuschauer zu aktiver Lebensgestaltung anzuregen. 2007 riefen »ARD-Buffer« und Deutscher Olympischer Sportbund mit der Aktion »Millionen in Bewegung« dazu auf, das Deutsche Sportabzeichen abzulegen.

#### 4. UNTERHALTUNG

*Der Anteil an Unterhaltungsshow im Ersten lag 2007 bei sieben Prozent am Gesamtprogramm. Die Anstrengungen der Unterhaltungsredaktionen richteten sich vor allem auf den Ausbau von Wissensshows und Quizformaten, die auf spielerische Weise Lehreiches und Informatives vermittelten. Hierfür konnten innovative Konzepte entwickelt und umgesetzt werden. Das erklärte Ziel, eine Gemeinschaftsredaktion Unterhaltung einzurichten und diese mit ausreichenden Mitteln auszustatten, konnte im Berichtszeitraum nicht eingelöst werden.*

##### **Fiktionale Unterhaltung:**

Der »Tatort«, die älteste Krimiserie im deutschen Fernsehen, ist nach wie vor die beliebteste und erfolgreichste. Im Mai 2008 wurde die 700. Folge ausgestrahlt. Die Reihe schaffte es auch in 2007/08, mit der Entwicklung neuer Kommissarsfiguren weitere zeitgemäße Typen zu erfinden. Drei neue Teams gingen an den Start: Richy Müller und Felix Klare ermittelten seit März 2008 für den SWR; Simone Thomalla und Martin Wuttke lösten im Mai 2008 als Eva Saalfeld und Andreas Keppler ihren ersten Fall in Leipzig, und in Hamburg fand im Oktober 2008 Mehmet Kurtulus' Premiere als »Tatort«-Kommissar statt. Die meisten Zuschauerinnen und Zuschauer erreichte der »Tatort: Roter Tod« (SWR), den im Januar 2007 9,12 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer verfolgten. Im Durchschnitt sahen die Krimireihe 7,10 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer, das entspricht einem Marktanteil von 20,6 Prozent. Der »Tatort« war auch bei den Zuschauerinnen und Zuschauern zwischen 14 und 49 mit einem Marktanteil von 15,8 Prozent erfolgreich. Maria Furtwängler wurde für ihre Leistung in den Tatort-Folgen »Pauline« und »Das namenlose

Mädchen« als »Beste Schauspielerin« mit dem Deutschen Fernsehpreis 2007 ausgezeichnet. Außerdem erhielt sie die »Goldene Kamera« als »Beste TV-Kommissarin«.

Den »Polizeiruf 110« sahen durchschnittlich 6,53 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer, das entspricht einem Marktanteil von 19,2 Prozent. Der »Polizeiruf 110: Er sollte tot« erhielt 2007 den Grimme-Preis und den Bayerischen Fernsehpreis. Der Deutsche Fernsehkrimi-Preis 2007 ging an den »Polizeiruf 110: Kleine Frau«.

Der »Tatort« bekam in 2008 Zuwachs in Hörfunk und Internet. radiotatort.ARD.de begleitet den seit Januar auf den ARD-Kulturwellen gesendeten »Radio Tatort« multimedial. Die Inhalte für dieses Angebot werden von den verschiedenen Hörspielabteilungen der ARD erstellt und von ARD.de auf einer gemeinsamen Plattform zusammengeführt.

Auf den Serienplätzen am Hauptabend liefen neue Staffeln der bewährten und bei den Zuschauerinnen und Zuschauern beliebten Serien »Um Himmels Willen«, »Familie Dr. Kleist«, »Tierärztin Dr. Mertens«, »Der Dicke« sowie »In aller Freundschaft«. Mit »Die Stein« kam von Juli bis Oktober 2008 ein neuer Stoff zum Einsatz: Im Mittelpunkt der Serie stand Julia Stemberger als engagierte Lehrerin Katja Stein, die in Brandenburg eingefahrene Strukturen im Schulalltag aufbrach. Der Versuch, mit »Ein Fall für Nadja«, »Elvis und der Kommissar« und »Mord mit Aussicht« drei unterhaltende Serien am Montagabend um 20.15 Uhr zu platzieren, erzielte nicht die erhoffte Akzeptanz beim Publikum auf diesem Sendeplatz. Die herausragende Qualität der Serie »Mord mit Aussicht« hat die Programmverantwortlichen allerdings überzeugt: Die in Macht und Erzählweise ungewöhnliche, skurrile Serie, die auch von der Programmpresse einhellig gelobt wurde, erhielt einen Produktionsauftrag für sieben neue Folgen, die zusammen mit den sechs bereits gezeigten voraussichtlich 2009 ausgestrahlt werden sollen. Mit der Serie »Der Winkerkönig« (Hauptrolle: Harald Krassnitzer), die 2008 mit 13 neuen Folgen gezeigt wurde, knüpfte Das Erste an die Tradition bewährter Koproduktionen mit dem ORF an.

Die »Lindenstraße« erweiterte 2008 ihr Bewohnerinnen- und Bewohner-Ensemble um eine fünfköpfige Familie aus drei Generationen. Die Serie nimmt seit jeher Bezug auf aktuelle (gesellschafts-)politische Ereignisse und Fragestellungen; auf diese Weise kommen solche Themen auch bei einem Publikum an, das sich von Reportagen und Dokumentationen eher nicht angesprochen fühlt. Gemeinsam mit der Landeshauptstadt München rief die »Lindenstraße« im August 2008 zum großen Umwelt-Aktionstag in München auf. Unter dem Motto »Suche Klima, biete Schutz« fand auf dem Marienplatz ein vielfältiges Programm mit Informationen, Talk, Musik und Kabarett statt. Bereits mehrere Wochen vor dem Umwelttag wurde die Aktion innerhalb der Serienhandlung entwickelt und vorbereitet.

Die Telenovelas am Nachmittag wurden vor allem vom jüngeren weiblichen Publikum stark angenommen. Die wochentägliche Serie »Sturm der Liebe« verfolgten 2007 durchschnittlich 3,26 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer, was einem Marktanteil von 28,2 Prozent entspricht. Die vorgeschaltete Telenovela »Rote Rosen« hat sich ebenfalls fest etabliert: Durchschnittlich 1,51 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (Marktanteil von 15,0 Prozent) schalteten wochentäglich um 14.10 Uhr ein. Ergänzt wurde dieses Angebot am Nachmittag von Zoogeschichten aus ganz Deutschland. Die bunten und lehrreichen Episoden über Tierpflegerinnen und Tierpfleger und ihre Schützlinge erfreuten sich auf dem Sendeplatz Montag bis Freitag um 16.10 Uhr hoher Belieb-

heit. Mit dieser Mischung aus Fiktionalem und Tierdokus soaps ist es gelungen, am frühen Nachmittag Zuschauerinnen und Zuschauer entwickelt. Dazu gehörten auch das Coachingformat »Bruce« und die Datingshow »Ich weiß, wer gut für dich ist«. Beide Sendungen fanden leider nicht den erhofften Zuspruch bei den Zuschauerinnen und Zuschauern. Die verantwortliche Koordination Vorabend musste feststellen, dass derartige Formate, um wirklich erfolgreich zu sein, eine grellere und reißerischere Dramaturgie erfordern, die nicht mit den Grundsätzen öffentlich-rechtlichen Fernsehens vereinbar ist. Ähnliche Sendungskonzepte sollen deshalb nicht weiter verfolgt werden.

Eine dritte Staffel mit 16 neuen Folgen der Serie »Türkisch für Anfänger«, die das Zusammenleben von Deutschen und Migrantinnen und Migranten mit dem Stilmittel der Comedy thematisiert, ging im Herbst 2008 auf Sendung. Die Vorabendserie ist, auch wenn die Zuschauerzahlen mit durchschnittlich 1,35 Mio. (6,9 Prozent Marktanteil) bei der zweiten Staffel unter den Erwartungen lagen, ein Beispiel für imagestarkes Qualitätsfernsehen, auf das Das Erste auch im werbefinanzierten Vorabendprogramm nicht verzichten will. »Türkisch für Anfänger« wurde u. a. mit dem Grimme-Preis und dem Deutschen Fernsehpreis 2007 ausgezeichnet.

Aus besonderem Anlass gab es im Vorabendprogramm immer wieder auch Ereignisfernsehen. So wurde beispielsweise im Januar 2008 »Die besten Frauen der Welt« gesendet, eine 90-minütige Dokumentation über die Frauenfußball-Nationalmannschaft. Speziell für die junge Zielgruppe wurden die Internet-Seiten der Vorabendserien und Telenovelas mit multimedialen Inhalten und interaktiven Angeboten fortgeführt. Die Zuschauerinnen und Zuschauer konnten ihr Wissen in den Online-Quizformaten zu den Shows mit Jörg Pilawa und Frank Elstner testen und sich so mit den prominenten Studiogästen messen.

#### Shows und Events:

Pflege und Ausbau des Angebots wissensorientierter Shows war ein erklärtes Ziel der Koordination Unterhaltung für 2007. »Das unglaubliche Quiz der Tiere« mit Frank Elstner hatte im November am Donnerstagabend Premiere und erreichte auf Anhieb knapp sieben Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer. Ein ähnlich großes und vergleichsweise junges Publikum fanden auch die neuen Formate »Pilawas großes Geschichtsquiz«, »Pilawas großes Märchenquiz« und der »Der große Schultest mit Jörg Pilawa«. Erfolgreich fortgeführt wurden das »Starquiz mit Jörg Pilawa« und »Die große Show der Naturwunder«. So war die Zuschauerbilanz der ARD-Unterhaltung am Donnerstagabend für das Jahr 2007 insgesamt positiv: Durchschnittlich 5,64 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer sahen 2007 die Quiz-, Test- und Wissensshows um 20.15 Uhr.

Am Samstag um 20.15 Uhr bot Das Erste auch 2007 Unterhaltungsshow für die ganze Familie: Die Bandbreite reichte von volksmusikalischen Formaten bis zu »Verstehen Sie Spaß?«, »Frag doch mal die Maus« und »PISA – Der große Urlaubstest«. Im Dezember 2008 moderierte Frank Plasberg »Das Quiz – Jahresrückblick«.

»Immer wieder sonntags« mit Stefan Mross konnte seine Beliebtheit beim Publikum noch weiter steigern: Durchschnittlich 19,2 Prozent der Zuschauerinnen und Zuschauer entschieden sich für die Show am Sonntagmorgen.

Charity hat einen festen Platz im Unterhaltungsprogramm: 6,7 Millionen Euro – das war das beeindruckende Spendergebnis der 13. »José Carreras Gala« im Dezember 2007. Das Geld kam der Deutschen José Carreras Leukämie-Stiftung e.V. zugute.

#### Satire und Kabarett:

Trotz kontroverser Diskussionen in der Öffentlichkeit vor dem Start und während der ersten Sendungen konnte das Duo »Schmidt & Pocher« dem Ersten vor allem beim jungen Publikum neue Zuschauergruppen erschließen. Eine feste Größe für die Freunde des politischen Kabarett ist der »Scheibenwischer« mit Bruno Jonas (bis Ende 2008), Mathias Richling und Richard Rogler (bis Februar 2008). Zusammen mit ihren Gästen durchleuchteten sie den Irrsinn bundesdeutscher Befindlichkeiten und seziierten ironisch unsere politische Realität. Neu im Programm des Ersten waren 2007 »Krömer – Die internationale Show«, »Aufgemerkt! Pelzig unterhält sich« und »Roglers rasendes Kabarett«. Gemeinsam mit »Dittsche« präsentierten die Formate die regionale Vielfalt der ARD-Unterhaltung.

#### Talk:

Mit seinen Gesprächen sorgte Reinhold Beckmann regelmäßig für Talkshow-Highlights, über die Deutschland spricht. 2007 wurde »Beckmann« dafür mit dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet. Moderatorin und Journalistin Sandra Maischberger sprach jede Woche mit ihren Gästen über ein aktuelles, gesellschaftlich relevantes Thema. In »Menschen bei Maischberger« kamen neben Prominenten ebenso Leute, die nicht im Fokus der Öffentlichkeit stehen, zu Wort.

#### 5. KINDER, JUGEND UND FAMILIE

*Die ARD betrachtet die Ansprache von Kindern und Jugendlichen als eine Kernaufgabe der öffentlich-rechtlichen Grundversorgung. Das Programm für Kinder und Jugendliche am Wochenende vormittags blieb auch im Berichtszeitraum ein fester Bestandteil im Ersten. Während das Kinderprogramm im Ersten und im KI.KA mit seiner großen Vielfalt aus pädagogisch wertvollen Angeboten die Zielgruppe erreichen konnte, ist es der ARD im Berichtszeitraum jedoch nicht in ausreichendem Maße gelungen, Jugendliche und junge Erwachsene an die Programme der ARD zu binden: So erzielte der KI.KA 2007 bei den 3- bis 13-Jährigen seinen bisher besten Marktanteil von 16,4 Prozent, aber lediglich fünf Prozent der 14- bis 29-Jährigen schalteten Das Erste ein. Die Angebote für Kinder und Jugendliche werden am Wochenende im Ersten im Wesentlichen auf der Sendestrecke von 5.30 Uhr bis 12.00 Uhr und im KI.KA täglich von 6.00 bis 21.00 Uhr ausgestrahlt.*

#### Information:

An den Informations- und Bildungsangeboten für jüngere und ältere Kinder bestand ein ungebrochen hohes Interesse: Dazu zählen beispielsweise das Nachrichtenmagazin »neuneinhalb«, die Wissensformate »Willi wills wissen«, »Wissen macht Ah!« und »Die Sendung mit der Maus«.

Junge Erwachsene informierten sich bevorzugt bei der »Tagesschau«. Bei den 14- bis 49-Jährigen ist die »Tagesschau« das mit Abstand am meisten genutzte Informationsange-

bot (siehe Bericht, 1. Information). Bei den 14- bis 29-Jährigen liegt die »Tagesschau« gleichauf mit den entsprechenden Formaten von RTL und ProSieben.

Das Online-Angebot zur ARD-Themenwoche »Kinder sind Zukunft« (2007) bestand neben vertiefenden Informationen zu den einzelnen Tagesmottos auch aus einem themenbezogenen Audio- und Videoangebot. Außerdem erhielten die Nutzerinnen und Nutzer die Gelegenheit, sich mit eigenen Meinungsbeiträgen, Fotos und Videos zu beteiligen.

Der ARD Text produziert seit der ARD-Themenwoche »Kinder sind Zukunft« tagesaktuelle Nachrichten für Kinder. Die Kindernachrichten von ARD Text werden auch im KI.KA Text gesendet.

### **Bildung und Unterhaltung:**

Neben den klassischen Zeichentrickserien und »Mitmach«-Sendungen (»Tigerenten Club«) interessieren sich Kinder und Jugendliche vor allem für Angebote, die ihre Lebenswirklichkeit abbilden und ihre Probleme im Alltag aufgreifen. Dazu zählen Realserien wie »Die Pfefferkörner«, »4 gegen Z«, »Ein Fall für B.A.R.Z.«, »Endlich Samstag!« oder »Renschwein Rudi Rüssel«. Dieses Format ermöglicht es zudem, gesellschaftlich relevante Themen wie zum Beispiel die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund noch während der Entstehung neuer Folgen in die Bücher einzuarbeiten. Ältere Kinder und Jugendliche können auf diese Weise besonders gut erreicht werden. So erzielte die Serie »Schloss Einstein« am Nachmittag im KI.KA bei den 14- bis 18-Jährigen einen Marktanteil von 9,3 Prozent und konnte sich in dieser Zeit-leiste bei den Teenagern hinter ProSieben und RTL II – vor MTV und RTL – auf dem dritten Rang platzieren.

Am späteren Vormittag im Ersten, im Übergang vom Kinder- und Jugendprogramm zum Angebot für die ganze Familie, haben sich Märchenstoffe als äußerst erfolgreich erwiesen. Derzeit erleben traditionelle Erzählstoffe, wie Bearbeitungen der Grimmschen Märchen, am Sonntag um 10 Uhr eine wahre Renaissance beim Publikum.

Vorschülerinnen und Vorschüler brauchen einen besonderen Schutzraum vor kommerziellen Interessen und ein Programmangebot, das von pädagogischem Fachwissen getragen wird. Für die Fernsehanfängerinnen und -anfänger hat die ARD daher ein neues Vorschulmagazin mit dem Titel »Die Sendung mit dem Elefanten« entwickelt. Wertevermittlung, Wissenserweiterung und Spracherwerb stehen im Mittelpunkt des Programms, das exklusiv für den KI.KA produziert wird. Im Jahr 2008 hat der KI.KA die Vorschulaktivitäten weiter verstärkt. Mit dem »Kikaninchen« soll der öffentlich-rechtliche Kindersender seinen Platz als erste Adresse für Fernsehanfängerinnen und -anfänger weiter ausbauen.

Die programmliche Verzahnung zwischen KI.KA und dem Ersten wurde weiter intensiviert. Mit »Fortsetzung folgt« startete im KI.KA ein Dokumentationsformat, das inzwischen auch im Ersten und in einigen Dritten Programmen ausgestrahlt wird. Mit »Die beste Klasse Deutschlands« bereitet der KI.KA ein Eventprogramm vor, dessen Finalsendungen im Ersten gezeigt wurden. 700 Klassen kämpften um den Einzug ins Finale. Im größten Schülerquiz Deutschlands zeigte das öffentlich-rechtliche Kinderprogramm, dass Wissensvermittlung Spaß machen kann.

Auch bei den Trickfilmproduktionen spielten informierende Elemente eine wichtige Rolle. 2008 erzählte die Serie »Cosmic Quantum Ray« Geschichten, die sich mit physikalischen Phänomenen beschäftigen. Die unterhaltsamen Fernsehserien wurden im Internet um ein ausführliches Informationsangebot ergänzt.

Das Kinder- und Jugendprogramm des Ersten hat sich im Berichtszeitraum um eine Hinführung der Zielgruppe zu Kunst und Kultur bemüht: Eingekauft wurden der britische Animationsfilm »Peter und der Wolf« und die Zeichentrickserie »Little Amadeus«. Ab Mai 2008 wurde die 13-teilige Doku-Soap »Träume, Tränen, Töne« im Ersten ausgestrahlt, in der fünf Kinder durch ihr Probejahr auf dem UNESCO-Musikgymnasium Schloss Belvedere in Weimar begleitet wurden.

Mit der Unterstützung des Erfurter Netcodes hat der KI.KA einen Anstoß gegeben, der für mehr Qualität im Netz sorgen soll. Durch die Beteiligung bei »Ein Netz für Kinder« unterstützt das öffentlich-rechtliche Online-Angebot das Bemühen, einen sicheren Surfraum für Kinder zu schaffen. Die bewährten Onlineangebote für Kinder wie [daserste.de/](http://daserste.de/), [checkins.kika.de](http://checkins.kika.de), [die-maus.de](http://die-maus.de), [kindernetz.de](http://kindernetz.de), [BR-Kinderinsel](http://BR-Kinderinsel.de) oder [sandmaennchen.de](http://sandmaennchen.de) boten den Kindern darüber hinaus durch moderierte Kommunikationsräume und die strikte Anwendung der Vorgaben zum Jugendschutz eine werbefreie, kinder- und elternfreundliche Zone im Internet.

### **6. REGIONALE KOMPETENZ**

*Die regionale Kompetenz ist ein Alleinstellungsmerkmal der ARD, das sich auf alle Programmbereiche des Ersten auswirkt. Die Vielfalt in den Regionen, die von den Rundfunkanstalten in ihren Programmen intensiv abgebildet wird, ist das Fundament für die überregionale Präsenz der Länder, ihrer je eigenen Mentalität sowie ihrer spezifischen Themen und Traditionen im Gemeinschaftsprogramm der ARD. Mit ihrer Vor-Ort-Präsenz trug die ARD im Berichtszeitraum so wesentlich zur kulturellen Identität der Regionen im Senderverbund bei.*

Die Landesrundfunkanstalten betreiben ein enges Netz von rund 50 Studios und Büros mit einer Vielzahl von Korrespondentinnen, Korrespondenten, das sich über ganz Deutschland erstreckt. Durch die Präsenz in der Region erschließt sich die ARD eigene Nachrichtenquellen und setzt auf dieser Grundlage eigenständig Themen. Die Landesrundfunkanstalten haben große Anstrengungen darauf verwendet, ihre Studios in der Region technisch auszubauen und – in vielen Fällen – bimedial auszustatten. So konnte der RBB sein neues bimediales Studio in Frankfurt/Oder einweihen. Der Neubau des RBB-Inforadio enthält ein Fernsehnachrichtenstudio, um auch hier bimediales Arbeiten zu ermöglichen. Der MDR hat seine regionale Präsenz um zwei Standorte in Plauen und Görlitz erweitert und an beiden Standorten eine Tagesreporterin bzw. einen Tagesreporter für das Fernsehen eingesetzt. Der WDR hat in Bonn und Duisburg weitere Studios eröffnet und verfügt damit über elf regionale Sendezentren, die mit den »Lokalzeiten« auch regionale Fernster produzieren. Der NDR erweiterte seine Vor-Ort-Präsenz mit dem Ausbau des Korrespondentenbüros in Lüneburg zum insgesamt zwölften NDR-Studio im Norden.

Vom »Nordmagazin« und »SACHSENSPIEGEL« bis zu »buten um binnen« (seit 2007 in neuem Design), von »Lust auf Norden« bis zur »Frankenschau« und »Brandenburg aktuell« oder »Abendschau«, von »Dreiland aktuell« über »Baden-Württemberg aktuell« und »Rheinland-Pfalz aktuell« bis zur »Hessenschau« oder »Herkules« – das starke Magazin aus Nordhessen – die ARD berichtet in ihren Dritten Programmen täglich umfangreich und mehrstündig mit Reportagen, Außenübertragungen, Interviews, Nachrichten und Veranstaltungshinweisen. Die Landesstudios sind tief

verwurzelt in der Region; ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verfügen über entsprechende Kontakte. Große und kleine Ereignisse in der Region können so nah an den Menschen und in enger Verbindung mit den Institutionen und Entscheidungsträgerinnen und -trägern vor Ort aufbereitet werden. Das RBB-Regionalstudio in Cottbus kümmert sich in besonderem Maß um die Belange der in der Region lebenden ethnischen Gruppen, beispielsweise mit einem eigenen sorbischen Fernsehmagazin. Der NDR trägt zum Beispiel mit seinem umfangreichen und vielfältigen Angebot in plattdeutscher Sprache wesentlich zur norddeutschen Identität bei. Außerdem hat das NDR Fernsehen seine regionale Berichterstattung mit zusätzlichen Reportage- und Magazinformaten aus den Landesfunkhäusern weiter verstärkt. Der WDR, in dessen Sendegebiet rund drei Millionen Menschen aus über 180 Nationen leben, engagiert sich besonders stark für das Thema der Migration und Integration von ausländischen Mitbürgerinnen und Mitbürgern. Mit »Cosmo TV« am Sonntagmittag widmet der Sender den Problemen und Anliegen von Zuwanderinnen und Zuwanderern eine eigene Sendung. Die beliebte regionale Quizsendung »Das NRW Duell« zählt seit März 2008 zum festen Programmrepertoire des WDR-Fernsehens. Der BR hat mit einer Programmreform im Oktober 2007 sein regionales Engagement weiter intensiviert: Die »Abendschau« berichtet häufiger als bisher live aus den Regionen. Die neue Jugendsendung »Südwild« besucht im eigens dafür konzipierten Doppeldeckerbus bayerische Jugendliche an den Orten, an denen sie zu Hause sind. Südwestrundfunk und Saarländischer Rundfunk veranstalten ein gemeinsames Drittes Fernsehprogramm. Regionale Informationen und Nachrichten für das Saarland sowie die grenzüberschreitende Großregion Saar-Lor-Lux sind dabei Schwerpunkte des SR Fernsehens.

Die regionale Verwurzelung der ARD verschafft aber auch Vorteile für die aktuellen Nachrichtensendungen, die Berichterstattung in den politischen und wirtschaftlichen Magazinprogrammen und die Sondersendungen aufgrund unvorhersehbarer Ereignisse. Davon profitierten z. B. die »ARD-Brennpunkte« über den Orkan »Kyrill«, den Reisebusunfall auf der Autobahn Dresden-Magdeburg mit 13 Toten und 31 Verletzten und den Fahndungserfolg gegen islamische Terroristen in Nordrhein-Westfalen. Auch die Berichterstattung von den Bremer Bürgerschaftswahlen 2007 und vom G8-Gipfel in Heiligendamm unter der Federführung des NDR 2008 sowie vom Katholikentag in Osnabrück, den Landtagswahlen in Hessen, Niedersachsen und Bayern sowie den Bürgerschaftswahlen in Hamburg (2008) war ein Ausweis der regionalen Kompetenz des Ersten. Die sechs politischen Magazine und die sieben »Plusminus«-Redaktionen durchleuchteten im Regelprogramm das lokale, regionale und föderale Politik- und Wirtschaftsgeschehen.

Mit dem kulturellen Leben in den Regionen verbindet die ARD eine enge Beziehung. So unterhalten die meisten Landesrundfunkanstalten Medienpartnerschaften und Kooperationen mit ausgewählten Kultureinrichtungen, wie z. B. der HR mit dem Senckenbergmuseum, dem Frankfurter Städel und dem Museum Wiesbaden oder der NDR mit dem renommierten Schleswig-Holstein Musik Festival sowie der Musikförderung in Niedersachsen und Musik- und Filmförderung in Mecklenburg-Vorpommern. Überdies gestalten die Landesrundfunkanstalten in ihren Dritten Programmen Kulturmagazine mit regionalem Schwerpunkt.

Ganz Deutschland präsentierte die Reihe »Bilderbuch«. Die einzelnen Ausgaben stellten jede Woche Seiten verschie-

der Bundesländer vor, die jenseits touristischer Knotenpunkte liegen oder diese aus einem anderen, ganz besonderen Blickwinkel zeigen. Im Jahr 2007 enthielt die Reihe beispielsweise Porträts aus dem hessischen Odenwald, über das Dreiländereck Aachen, Eupen, Maastricht und den Königssee, die bei den Zuschauerinnen und Zuschauern besonders erfolgreich waren.

Die Krimis der Reihen »Tatort« und »Polizeiruf 110« sind auch wegen ihrer realitätsnahen Milieuschilderungen aus allen Regionen Deutschlands beim Publikum so beliebt. Die Vor- und Hauptabendserien im Ersten wie »Großstadtrevier«, »Familie Dr. Kleist«, »Der Dicke« oder »Mord mit Aussicht« zeichnen ebenfalls ein lebendiges Bild verschiedener Städte, Landschaften und ihrer Bewohner. Die Höhepunkte der Sitzungen und Umzüge aus den Karnevals-, Faschings- und Fastnachtshochburgen Deutschlands ließen regionales Brauchtum im Ersten bundesweit sichtbar werden.

Sowohl im Ersten als auch in den Dritten Programmen hat der Regionalsport eine große Bedeutung. Dafür stehen die Sendungen über die Fußball-Regionalligen in den Dritten Programmen und die Regionalligaberichterstattung in der »Sportschau«-Sendung im Ersten. Mit dem Gemeinschaftsformat »LIGA-handball« haben der NDR und der WDR in ihren Dritten Programmen erstmals im deutschen Fernsehen eine Sendung über die Handball-Bundesliga realisiert.

ARD.de bündelt eine Auswahl der regional erstellten Inhalte und audiovisuellen Medien der Landesrundfunkanstalten unter verschiedenen Themenrubriken wie Ratgeber, Wissen, Kultur, Kinder und zu verschiedenen Programmhilights und Events. Dazu gehören die ARD Themenwochen und der »Radio Tatort«. Durch diese Bündelung der föderalen Angebote entstehen zu ausgewählten Themen inhaltlich umfassende Angebote von im Internet einzigartiger Vielfalt und Tiefe. Über Landesgrenzen hinaus wird Interesse an regionalen Themen und Sichtweisen geweckt. Weiteren Service bieten Angebote der Landesrundfunkanstalten. So bietet beispielsweise die WDR Mediathek regional ausgewählte Sendungen zum Abrufen an.

## 7. INTEGRATION UND TEILHABE BEHINDERTER MENSCHEN

*Die ARD leistet in ihren Fernsehprogrammen und mit ihren Zulieferungen für die Kooperationsprogramme einen umfassenden Service für Menschen mit Hör- und Sehbehinderungen. Zudem nimmt sie ihre Verantwortung für diese Zuschauerinnen und Zuschauer auch wahr, indem sie in ihren Programmen Sendungen anbietet, die sich mit deren besonderer Situation auseinandersetzen, bewusst auch unter Einbeziehung der jeweiligen Personengruppen.*

Die ARD hat den Anteil an Untertitelten Sendungen im Ersten in den vergangenen beiden Jahren weiter steigern können: 2006 wurden 20,6 Prozent des Gesamtprogramms Untertitelt, 2007 stieg der Anteil auf über 22 Prozent.

Auch die Live-Untertitelung wurde vom ARD Text intensiviert: Nach 160 Stunden im Jahr 2006 wurden 295 Stunden im Jahr 2007 live Untertitelt. Für 2008 ist eine weitere Steigerung auf über 450 Stunden geplant.

Die programmlichen Höhepunkte für das Jahr 2008 waren die Begleitung der ARD-Themenwoche »Mehr Zeit zu leben« sowie die Sportberichterstattung von der Euro 2008 und den Olympischen Spielen in Peking. Im Sportjahr 2008 stand der überwiegende Teil der Live-Berichterstattung mit Untertiteln für Hörgeschädigte und Gehörlose zur Verfügung, produziert von ARD Text beim RBB in Potsdam.

Seit April 2007 wird mit der »Sportschau« im Ersten an allen Bundesliga-Samstagen ein Flaggschiff der ARD live untertitelt. Zwei ehrgeizige Vorhaben wurden ab Januar 2008 umgesetzt: Mit den Talkshows »Anne Will« und »hart aber fair« werden zwei politische Formate live untertitelt. Damit hat die ARD ihre Bemühungen weiter intensiviert, gehörlosen und hörgeschädigten Zuschauerinnen und Zuschauern die Teilnahme am politischen Diskurs in unserem Land zu erleichtern.

Der Einsatz von Spielfilmen mit Audiodeskription für sehbehinderte Zuschauerinnen und Zuschauer musste leider 2008 vorübergehend eingestellt werden. Bedauerlicherweise konnten die technischen Probleme der Digitalhaushalte beim Empfang der Zweikanalansendungen zeitweilig nicht befriedigend gelöst werden. Nachdem die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen worden sind, wird die Ausstrahlung von Hörfilmen wieder in gewohntem Umfang aufgenommen werden.

PHOENIX bot einen täglichen Service für Hörbehinderte mit der Ausstrahlung der Nachrichtensendungen »Tagesschau« und »heute-journal« in Gebärdensprache an. Auch der Abschlussgottesdienst des Evangelischen Kirchentages wurde in einer Parallelausstrahlung zur ARD mit Gebärdendolmetscher übertragen.

Im Berichtszeitraum wurden weitere Onlineangebote in der ARD barrierefrei gemacht. Zum Beispiel wurde Sport.ARD.de insgesamt auf Barrierefreiheit umgestellt, die Nutzbarkeit der Inhalte gefördert und die Zugänglichkeit erleichtert. Damit erfüllt die ARD ihre Verpflichtung, die Teilhabe aller Bürgerinnen und Bürger an der Informationsgesellschaft zu ermöglichen, Orientierungshilfe zu bieten sowie inhaltliche Medienkompetenz auch von Minderheiten zu fördern.

Dabei kommt der Umbau nach den Maßgaben der Barrierefreiheit auch immer allen Nutzerinnen und Nutzern entgegen, da die Gebrauchstauglichkeit verbessert und die Zugänglichkeit insgesamt erleichtert wird. Der Abbau von Barrieren in den Onlineangeboten der ARD soll in den nächsten Jahren kontinuierlich weiterverfolgt werden. Zusätzlich zu diesen Maßnahmen auf der Grundlage der Bestimmungen der Barrierefreie-Informationstechnologie-Verordnung vom 1. Mai 2002, die auf den Web Content Accessibility Guidelines 1.0 (WCAG) des World Wide Web Consortiums (W3C) beruhen, gibt es in einigen Angeboten beim Videoabruf die Möglichkeit der Einblendung einer Gebärdendolmetscherin bzw. eines Gebärdendolmetschers oder von Untertitelung.

## 8. TRENNUNG VON WERBUNG UND PROGRAMM

*In ihren Leitlinien hat die ARD von Anfang an die klare Trennung von Werbung und Programm als einen der wichtigsten Grundsätze des öffentlich-rechtlichen Selbstverständnisses bezeichnet und sich entsprechende Regeln zur Sicherung und Festigung dieses Grundsatzes gegeben. Dies ist ein fortlaufender, dynamischer Prozess, der eine kontinuierliche Beobachtung und Fortschreibung der dafür geltenden Regeln erfordert.*

Im Nachgang zu den Schleichwerbevorfällen bei der Bavaria im Jahre 2005 hat die ARD drastische Konsequenzen gezogen und die vorhandenen Kontrollmechanismen zügig weiterentwickelt, damit sich derartige Vorfälle nicht wiederholen. So wurden Auftragsproduzentinnen und -produzenten vertraglich strikt an die Grundsätze der Trennung von Werbung und Programm gebunden. Neben Offenlegungs- und Erklä-

rungspflichten wurden insbesondere die Konsequenzen im Falle einer Verletzung des Schleichwerbeverbots durch entsprechende Vertragsstrafenregelungen verschärft. Die mit dem Bundesverband der Fernsehproduzenten vereinbarten jährlichen Gespräche über die Erfahrungen mit der Anwendung dieser Verträge und zu Einzelfragen des Trennungsgesetzes haben sich bewährt.

Die beim SWR angesiedelte Clearingstelle gegen Schleichwerbung ist im Zusammenwirken mit der bei der WDR mediagroup eingerichteten Programmbeobachtungsstelle einzelnen Hinweisen auf vermeintliche Auffälligkeiten nachgegangen und hat eine Reihe redaktioneller Anfragen beantwortet. Ein weiterer Fall von Schleichwerbung wurde dabei nicht festgestellt.

Bei der Befassung mit der neuen Mediendienste-Richtlinie hat die ARD zu der dort geplanten Verankerung von Product Placement klar Stellung bezogen und unabhängig von der Frage, ob diese Vorschriften so in nationales Recht umgesetzt werden, entschieden, auf den Einsatz von Product Placement gegen Entgelt in jedem Falle zu verzichten.

Die Regeln für die Zusammenarbeit der ARD-Landesrundfunkanstalten im Vorabendprogramm wurden weiter vervollständigt, so dass nunmehr in jedem Einzelfall ohne Ausnahme feststeht, welche Landesrundfunkanstalt für welche Programmeinbringungen verantwortlich zeichnet. Damit wurde sichergestellt, dass im Vorabendprogramm die Verantwortlichkeit für die Einhaltung des Trennungsgrundsatzes von Werbung und Programm lückenlos zugeordnet werden kann.

Die ARD-Arbeitsgruppe »Trennung von Werbung und Programm« hat sich mit einer Reihe von Einzelfragen auseinandergesetzt und schreibt kontinuierlich den auf diesem Feld bestehenden Regelungs- und Klärungsbedarf fort. So hat die ARD einheitliche Kriterien zur Darstellung ausgelobter Gewinnpreise im Zusammenhang mit der Durchführung von Gewinnspielen entwickelt und für die Praxis verbindlich gemacht. In Programtrailern werden keine eigenständigen Gewinnspiele durchgeführt. Außerdem enthalten Programtrailern keine Hinweise auf Gewinnspiele, die in der angekündigten Sendung durchgeführt werden sollen. Ferner hat die ARD gemeinsam mit dem ZDF einen Kriterienkatalog zur Abgrenzung von Sponsorhinweisen und Werbespots erarbeitet und dessen verbindliche Anwendung festgeschrieben. In politischen Magazinen, Kulturmagazinen, ARD-Ratgeber-sendungen, Kindersendungen sowie Dokumentationsreihen verzichtet die ARD gänzlich auf Sendungssponsoring.

## 9. DIGITALE PERSPEKTIVEN

*Die ARD hat den Digitalisierungsprozess, sowohl der internen Infrastrukturen als auch der externen Distributionswege, weiter vorangebracht, um den avisierten Umstieg in die digitale Fernsehverbreitung in 2010 zu befördern. Dabei verfolgt die ARD die freie und unverschlüsselte Verbreitung (»free flow of information«) ihrer Angebote als oberstes Ziel.*

Im Berichtszeitraum hat die ARD auf Marktentwicklungen wie die mediopolitische Etablierung von Plattformbetreibern, die Herausbildung neuer linearer und nonlinearer Angebotsformen und -strukturen sowie die weitere Diversifizierung der Verbreitungstechnologien für Bewegtbild-, Audio- und Dienste-Angebote mit entsprechenden Programmen und Bereitstellungsformen reagiert:

Im ARD-Digital-Programm EinsFestival wurden 2007 erstmals öffentlich-rechtliche Programme in HDTV-Qualität ausgestrahlt. Auf der IPTV-Plattform (digitale Verbreitung über das so genannte »Internet-Protokoll«) konnten die Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer zeitnah zur linearen Verbreitung nonlineare Programmangebote auf einer fernsehzentrischen Plattform, wie beispielsweise dem Telekom-Angebot T-Home, nutzen.

Zur Fußball-WM 2006 in Deutschland hat die ARD erstmalig testweise einem breiten Publikum Bewegtbilder im Mobile TV auf Handhelds bereitgestellt. Ein Testbetrieb für Mobile TV startete 2007 mit Beteiligung des Ersten sowie mit regionalen Programmangeboten der Landesrundfunkanstalten auf der DMB-Plattform. Im Juni 2008 startete Mobile 3.0 unter Einbindung des Ersten auf der Plattform DVB-H zunächst in vier Ballungsräumen den Sendebetrieb. Zeitgleich brachten die Mobilfunkbetreiber DVB-T-empfangsfähige Handhelds in den Markt, auf denen in den deutschlandweiten DVB-T-Versorgungsgebieten in der Regel acht ARD-Programme verfügbar sind.

Die im Sinne der inhaltlichen Ausdifferenzierung der ARD-Programmfamilie konzeptionell weiterentwickelten Digitalprogramme EinsExtra, EinsFestival und EinsPlus haben sich als fester Bestandteil des Fernsehmarktes etabliert. Um die Leistungsfähigkeit des Senderverbundes auszuschöpfen, haben der NDR für EinsExtra, der WDR für EinsFestival und der SWR für EinsPlus die programmliche Federführung übernommen.

EinsExtra, der digitale Informationskanal unter Federführung des NDR, wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich zu einem aktuellen Nachrichtenportal für alle Ausspielwege weiterentwickelt. Für EinsExtra erstellte ARD-aktuell unter anderem das Konzept der »Tagesschau in 100 Sekunden« fürs Handy, ein völlig neues Nachrichtenformat, das heute von allen großen Mobilfunkbetreibern kostenfrei angeboten wird. Die 100 Nachrichtensekunden werden zuvor auch auf EinsExtra und auf tagesschau.de gezeigt.

2008 hat ARD-aktuell sein Nachrichtenangebot für EinsExtra unter dem Titel »EinsExtra Aktuell« weiter ausgedehnt. Gesendet wird nun Montag bis Freitag von 9 Uhr morgens bis 20 Uhr am Abend, aktualisiert im Viertelstundensrhythmus. Dieses in Europa wohl einmalige Angebot trägt dem Wunsch der Zuschauerinnen und Zuschauer Rechnung, sich jederzeit und nach seinem persönlichen Zeitplan seriös über das Weltgeschehen informieren zu können. Im Rahmenprogramm wurden weiterhin zusätzlich tagesaktuelle Informationsprogramme, politische Talkshows und aktuelle Regionalmagazine angeboten. Bei EinsExtra werden die vorhandenen Strukturen, insbesondere das weltweite Netz von Korrespondentinnen und Korrespondenten der ARD und die regionale Kompetenz in den Landesrundfunkanstalten, optimal genutzt.

In Abstimmung mit der ARD-Hörfunkkommission kann EinsExtra über das Informationsprogramm NDR Info auf die Berichte und Reportagen der Hörfunkreporterinnen und -reporter der ARD zugreifen. Diese Kooperation trägt wesentlich zur journalistischen Profilierung und zur Themenvielfalt des erweiterten Angebots von EinsExtra bei.

EinsFestival, das digitale ARD-Kulturprogramm unter Federführung des WDR, präsentierte Höhepunkte wie die HD-Showcases zunächst während der IFA 2007 und dann zu Ostern 2008. EinsFestival war damit der erste öffentlich-rechtliche Sender, der im technischen Qualitätsstandard der Zukunft HDTV (= High Definition Television) gesendet hat

und innerhalb der ARD wichtige Erfahrungen sammelt für die in 2010 geplante HDTV-Umstellung des Ersten. So war in EinsFestival nach mehr als 20 Jahren die Erfolgsserie »Kir Royal« durch eine Neu-Abtastung von 35 mm auf HD in modernster Optik neu zu sehen.

Während der Olympischen Spiele in Peking vom 8. bis 24. August 2008 berichtete EinsFestival ergänzend zur Berichterstattung im Ersten live und ausführlich von vielen olympischen Wettbewerben, die in dieser Ausführlichkeit im Ersten nicht berücksichtigt werden konnten. Außerdem präsentierte EinsFestival live bis zu acht Stunden täglich vom 6. bis 17. September 2008 die Paralympics, die Olympischen Spiele der Menschen mit körperlichen Behinderungen.

EinsPlus wurde in jüngerer Zeit unter Federführung des SWR zu einem öffentlich-rechtlichen Service-, Ratgeber- und Wissensangebot entwickelt, das schnell Akzeptanz bei den Fernsehzuschauerinnen und -zuschauern gefunden hat. EinsPlus positioniert sich als generationenübergreifendes Familienprogramm, das während des ganzen Jahres öffentlich-rechtlichen und praktischen Mehrwert bietet. Der Digitalkanal steht in einer unübersichtlichen Welt für den klassisch öffentlich-rechtlichen Auftrag zur Orientierung und Lebenshilfe. Er vermittelt Wissen, das den Alltag meistern hilft, und zeigt realitätsnahe und verbraucherorientierte Problemlösungen.

Seit 2006 wurden die Programmangebote des Ersten, der Dritten Programme, der Kooperationsprogramme sowie der Digitalprogramme Zug um Zug auf das Bildformat 16:9 umgestellt. Die ARD folgt damit der allgemeinen Marktentwicklung, die im Rahmen der Digitalisierung zunehmend von der Verfügbarkeit großformatiger 16:9-Flachdisplays in den Fernsehhäushalten geprägt ist und insofern auch der Vorbereitung der HDTV-Ausstrahlung dient.

Navigationssysteme und EPGs sind für die Information und den Zugang zu den Programmen in ihrer Bedeutung gewachsen. Die ARD bemüht sich daher, in Zusammenarbeit mit den Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmern allgemeingültige Rahmenbedingungen für den von Zuschauerinnen und Zuschauern selbst bestimmten Zugang zu den Inhalten zu schaffen.

Da der Digitalisierungsgrad der Fernsehhäushalte in den Verbreitungswegen Satellit und Kabel wächst und zunehmend große Bildschirme (Plasma, LCD) genutzt werden, hat die ARD mit einer »Qualitätsoffensive« ab Mai 2008 die Bild- und Tonsignale für SDTV erheblich verbessert und damit einen hohen Qualitätsstandard gesetzt.

#### **Mediathek:**

Ein neues redaktionelles und technisches Projekt zur Darstellung der programmlichen Vielfalt der ARD ist die ARD Mediathek, die federführend von ARD.de und DasErste.de realisiert wird. Über diese Plattform sind die dezentral produzierten und online verfügbaren Audio- und Video-Inhalte nutzerfreundlich auch über einen zentralen Zugang abrufbar. Die ARD Mediathek wurde vom Rundfunkrat des federführenden SWR beraten und genehmigt. Das Prüfungsverfahren versuchte, die inhaltlichen Grundzüge des so genannten Drei-Stufen-Tests zu antizipieren, der im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag verankert werden soll. Die von ARD.de realisierte Lösung baut auf der föderalen Struktur der ARD auf und sorgt für eine einheitliche Präsentation im Konkurrenzumfeld des Internets. Die ARD Mediathek bündelt Inhalte der Mediatheken der Landesrundfunkanstalten; die audiovisu-

ellen Inhalte verbleiben auf den Servern und damit in der redaktionellen Zuständigkeit der Landesrundfunkanstalten. Mit dieser Entwicklung haben ARD.de, DasErste.de und die beteiligten Onlinebereiche der Landesrundfunkanstalten ihre Ankündigung aus den Leitlinien 2007/2008 eingelöst, dem Bedürfnis des Publikums nach zeit- und ortsouveräner Nutzung der Programminhalte stärker Rechnung zu tragen. Zum Start der Mediathek Pfingsten 2008 waren Beiträge aus rund 50 Formaten des Ersten als Video abrufbar. Das Angebot wurde nach redaktionellen sowie nach wirtschaftlichen und urheberrechtlichen Kriterien zusammengestellt. Einen Schwerpunkt bildeten dabei Clips aus dem Bereich Information und Ratgeber, aber auch Inhalte aus Unterhaltungsprogrammen, Kultur, Sport, Kinder und fiktionalen Sendungen waren vertreten. Über die ARD Mediathek wurde auch ein neuer Zugang zu den Informationsendungen der Redaktion ARD-aktuell geschaffen. Den Schwerpunkt bei den Audioinhalten bildeten ebenfalls die Informationssendungen, gefolgt von Ratgeber- und Wissensangeboten sowie Unterhaltungsformaten. Über die ARD Mediathek können sich die Nutzerinnen und Nutzer sukzessive auch die regionalen Inhalte der Landesrundfunkanstalten erschließen.

## Leitlinien und Programmschwerpunkte 2009/10

### 1. INFORMATION

*Informationsangebote prägen das öffentlich-rechtliche Profil der ARD im TV- wie auch im Onlinebereich. Die ARD verpflichtet sich dazu, in der ganzen Bandbreite der journalistischen Formen über alle wichtigen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlich relevanten Themen zu berichten und sich dabei an die Grundsätze der Objektivität und politischen Unabhängigkeit, Nachhaltigkeit, Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt zu halten. Damit leistet die ARD einen unverzichtbaren gesellschaftlichen Beitrag zur demokratischen Willensbildung. Die ARD ist dabei bestrebt, die Zuschauerinnen und Zuschauer auch hinsichtlich aktuell diskutierter Themen, wie zum Beispiel der Klimawandel oder die Jugendgewalt, differenziert und faktenorientiert zu informieren. Die ARD wird die Position des Ersten als Informationssender Nummer eins in Deutschland weiter stärken.*

### Aktuelle Berichterstattung:

Bei allen wichtigen Ereignissen schaltet die Mehrheit der Zuschauerinnen und Zuschauer die ARD ein, um sich zu informieren. Dieser Verantwortung wird die ARD auch in Zukunft mit ihrem großen Angebot an Informationssendungen gerecht werden. Die ARD wird an dem Konzept einer sachlichen Berichterstattung mit der gebotenen journalistischen Distanz festhalten. Das Nachrichtenangebot des Ersten wird zusammen mit dem »Morgen-« und »Mittagsmagazin« auch 2009/10 täglich mehr als sechs Stunden tagesaktuelle Information umfassen. Vor allem die »Tagesschau« mit ihren beinahe stündlichen Sendungen und die »Tagesthemen« bekennen sich zu einem hochaktuellen, fundierten, differenzierten und glaubwürdigen Nachrichtenjournalismus. Dies gilt in gleichem Maße für alle »Brennpunkte« und tagesaktuellen Sondersendungen.

Der ARD ist daran gelegen, die »Tagesschau«, die »Tagesthemen« und das »Nachtmagazin« auch für die Zuschauerinnen und Zuschauer ohne ausgeprägtes politisches Interesse und Vorwissen noch besser verständlich zu machen, ohne das

anspruchsvolle Gesamtkonzept aufzuweichen. Die Hauptausgabe der »Tagesschau« um 20 Uhr wird kontinuierlich überprüft, damit notwendige Veränderungen in Präsentation, Sprache und Inhalt zeitnah und flexibel umgesetzt werden können.

Die »Tagesschau« am Nachmittag soll in Zukunft, wenn es die Nachrichtenlage zulässt, mehr Themen aus Kultur und Wirtschaft enthalten.

Für die »Tagesthemen« soll an den Werktagen im Rahmen des Regelprogrammschemas wieder ein einheitlicher, verlässlicher Starttermin etabliert werden. Ziel ist es überdies, unter den Nachrichten-Magazinen am späteren Abend die Marktführerschaft anzustreben, verstärkt eigene Themenschwerpunkte zu setzen und durch die Berücksichtigung zielgruppenspezifischer Themen auch ein jüngeres Publikum anzusprechen. Außerdem sollen sich die »Tagesthemen« noch deutlicher von der »Tagesschau« abheben. Der bereits eingeschlagene Weg, das aktuelle Tagesgeschehen durch die Vertiefung von Themen, noch mehr Hintergrundanalysen sowie eine regelmäßige Kulturberichterstattung spezifisch aufzuarbeiten, wird weiter verfolgt.

Die Serviceleiste des »ARD-Morgenmagazins« soll hinsichtlich ihrer Eignung für die Zuschauerinnen und Zuschauer der Frühsendung überprüft werden. Der Kultur-, Sozial- und Wirtschaftsberichterstattung soll im »Morgenmagazin« mehr Raum als bisher zur Verfügung gestellt werden. Das »ARD-Mittagsmagazin« wird darauf achten, in seiner Wirtschafts- und Börsenberichterstattung noch verständlicher über Zusammenhänge aufzuklären.

Die journalistische Aufarbeitung der Jubiläen zu 20 Jahre Mauerfall und 60 Jahre Gründung der Bundesrepublik Deutschland und der DDR wird 2009 Gegenstand einer umfangreichen Berichterstattung in allen Informationsformaten des Ersten sein. Vor allem die Regelsendungen werden aktuell über Gedenkveranstaltungen berichten und Zeitzeuginnen und -zeugen sowie Expertinnen und Experten zu Wort kommen lassen (siehe auch Kap. 2, Kultur).

Mit seinen knapp achttündigen Ereignisflächen am Morgen, am Nachmittag und am Abend bildet PHOENIX alle wichtigen Ereignisse meistens live ab, so dass sich Zuschauerinnen und Zuschauer ihr eigenes Bild machen können.

tagesschau.de bietet ein stets aktuelles 24-Stunden-Nachrichtenangebot. Die Nachrichten können aktuell zu jeder Zeit, an jedem Ort, barrierefrei, in verschiedenen Formaten und verknüpft mit Hintergrundinformationen abgerufen werden. Diese Funktion, die die linearen Programme on demand verfügbar macht, wird angesichts der Komplexität der Informationen immer wichtiger. Auch der ARD Text übernimmt die Meldungen der tagesschau.de-Redaktion.

ARD Text unterstützt mit seinen Informationen aus Sport, Kultur, Wirtschaft und Gesellschaft den Informations- und Bildungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Zuschauerzahlen steigen stetig an, und auch die jüngeren online-affinen Zuschauerinnen und Zuschauer schalten beim Fernsehen häufig den Teletext ein.

### Wahlberichterstattung:

Im Jahr 2009 wird Das Erste zu den Bundestagswahlen eine umfangreiche Sonderberichterstattung anbieten. Auch von der Bundespräsidentenwahl, den Wahlen zum Europäischen Parlament sowie den Landtagswahlen in Thüringen, Brandenburg, dem Saarland und Sachsen wird Das Erste ausführlich berichten. Die Landtagswahlen in Schleswig-Holstein

und Nordrhein-Westfalen stehen 2010 auf dem Programm. Da Das Erste bei nahezu allen Wahlsendungen die meisten Zuschauerinnen und Zuschauer verzeichnen konnte, wird an der bewährten Dramaturgie der Wahlsendungen wenig verändert werden. Allerdings wird Das Erste versuchen, innerhalb des eng begrenzten Spielraums seine Wahltagsbefragungen weiter zu optimieren. Ziel ist es, an Wahltagen wieder regelmäßig die exakteste 18-Uhr-Prognose zu liefern, so wie das in den Jahren 2004 bis 2006 der Fall war. tagesschau.de wird zur Bundestagswahl und zur Europawahl aktuelle Berichterstattung und Ergebnisdienste anbieten und die Berichterstattung bis auf Wahlkreisebene an den Tagen nach der Wahl sicherstellen.

#### **Hintergrund und Analyse:**

»Anne Will« und »hart aber fair« bleiben offen für Formatanpassungen: Die Redaktionen der Sendungen befassen sich ständig mit der Optimierung der für die Sendung relevanten Faktoren, wie die Gesprächsführung, die Zusammensetzung der Gäste, Faktentreue, Timing und Studiogestaltung. Die Reportage »ARD-exclusiv« musste für »hart aber fair« vom Hauptabend am Mittwoch auf den Sonntag um 13.15 Uhr verlegt werden. Für diese Königsdisziplin des Journalismus gilt es, wieder einen Platz im Hauptabendprogramm zu finden.

PHOENIX vertieft mit der engen Verzahnung von Ereignissen, Gesprächsrunden und Dokumentationen die aktuelle Berichterstattung von ARD und ZDF.

#### **Wirtschafts- und Sozialberichterstattung:**

Der ARD ist daran gelegen, Sozial- und Wirtschaftsthemen unter Berücksichtigung des Aspektes Nachhaltigkeit für ein großes Publikum aufzubereiten. Dabei bemühen sich die Wirtschaftssendungen und -rubriken im Ersten, fundiert über politische und wirtschaftliche Zusammenhänge und deren Auswirkungen auf die Bürgerinnen und Bürger aufzuklären. Das Wirtschaftsmagazin »Plusminus« wird, neben seiner höchst erfolgreichen Ausrichtung als verbraucherorientiertes Format, die Zuschauerinnen und Zuschauer in Zukunft verstärkt über Prozesse in der Wirtschafts-, Finanz- und Arbeitswelt im Fernsehen und Internet informieren. Dabei wird darauf zu achten sein, mindestens einen Beitrag in jeder Ausgabe einem so genannten »harten« wirtschaftspolitischen Thema zu widmen. Insgesamt zielt die Sozial- und Wirtschaftsberichterstattung der ARD darauf ab, den Zuschauerinnen und Zuschauern wirtschaftspolitische Zusammenhänge in Deutschland, der Europäischen Union und international näherzubringen, sie über die Mechanismen der Globalisierung in Kenntnis zu setzen und sie auf diese Weise bei einer eigenverantwortlichen Teilhabe an Wirtschaft, Arbeitswelt und Politik zu unterstützen. Dadurch soll gewährleistet werden, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer des Ersten die Interdependenzen und Wechselwirkungen wirtschaftlicher Prozesse und deren Auswirkungen beurteilen und einordnen können.

Wirtschaftsberichterstattung wird darüber hinaus als Querschnittsaufgabe für alle Informationssendungen wahrgenommen. Die Aufbereitung in unterschiedlichen Formaten eröffnet die Chance, Zuschauerinnen und Zuschauer anzusprechen, die diese Angebote nicht gezielt suchen würden. Nachrichten- und Bildungssendungen werden noch intensiver zu einer sachkundigen Einordnung des tagesaktuellen Geschehens durch Fakten und Hintergrundwissen beitragen. Bei aktuellen Anlässen wird Das Erste entsprechende Sonder-sendungen (»Brennpunkt«) anbieten.

Das Angebot boerse.ARD.de wird weiterhin eine für die Verbraucherinnen und Verbraucher verständliche Börsenberichterstattung im Zusammenhang mit Börse im Ersten gewährleisten. Ein Berichtsschwerpunkt wird der Jahrestag des so genannten »Schwarzen Freitag« an der New Yorker Wallstreet sein, der Auslöser der Weltwirtschaftskrise 1929 war.

#### **Europa- und Auslandsberichterstattung:**

Die ARD wird ihr weltumspannendes Netz von Korrespondentinnen und Korrespondenten weiterhin als programmprägendes Alleinstellungsmerkmal für öffentlich-rechtlichen Qualitätsjournalismus stärken und einsetzen. Europapolitische Zusammenhänge und Fragestellungen, aber auch Fragen der Globalisierung, sollen sowohl in den Nachrichtensendungen als auch in allen anderen Informationsformaten noch stärker als bisher aufgegriffen und in ihren Auswirkungen für das Leben der Menschen umfassend dargestellt werden. Dabei versteht es die ARD als ihre Aufgabe, eine »Nabelschauerspektive« zu überwinden und auf dieser Grundlage Kenntnisse über Europa und die Welt zu vermitteln.

Die Auslandsberichterstattung im Ersten wird sich generell darum bemühen, neben der Darstellung aktueller Ereignisse wie Krisen, Kriege und Katastrophen, durch eine umfassendere außenpolitische Einordnung einen größeren informativen Mehrwert für die Zuschauerinnen und Zuschauer zu schaffen.

Die ARD-Studios in Brüssel und Straßburg werden anlässlich der Wahlen zum Europäischen Parlament 2009 ihre Leistungsfähigkeit mit einer umfangreichen Sonderberichterstattung unter Beweis stellen. Dabei werden die Zuschauerinnen und Zuschauer von der ARD frühzeitig und gründlich über die Besonderheiten dieser wichtigen europäischen Wahl informiert.

Zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika werden die ARD-Korrespondentinnen und -Korrespondenten den Hintergrund für dieses herausragende Sportevent in Form von Dokumentationen und Reportagen über die politischen, gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Besonderheiten des afrikanischen Kontinents liefern. Neben den Regelsendepätzen im »Weltspiegel«, »Europamagazin« und den »Weltreisen« wird die ARD dafür weitere zusätzliche Programmplätze zur Verfügung stellen und die Berichterstattung im Internet vertiefen.

#### **Sportberichterstattung:**

Die ARD betrachtet die Sportberichterstattung wegen ihrer Integrations-, Identifikations- und Vorbildfunktion nicht nur als Unterhaltungsangebot, sondern als wichtigen und gesellschaftsrelevanten Bestandteil des Informationsauftrags. Kompetenz, Qualität und Objektivität gehören auch für die Jahre 2009/10 grundsätzlich zum Anspruch von Reporterinnen und Reportern, Kommentatorinnen und Kommentatoren sowie den Redakteurinnen und Redakteuren der ARD.

Die ARD verpflichtet sich, im Falle von Doping, Korruption und Wettskandalen unabhängig zu informieren, zu recherchieren und auch problematische Erkenntnisse anzusprechen. Allerdings sollte bei kritischen Vorwürfen gegenüber Sportlerinnen und Sportlern sowie Sportarten zunächst der Grundsatz der Unschuldvermutung gelten, bis die intensiv durchgeführten ARD-Forschungen oder die Untersuchungen anderer das Gegenteil beweisen.

Die ARD wird beim Erwerb von Sportrechten und sonstigen Sportverträgen darauf hinwirken, mittelfristig in allen Ver-

tragswerken Anti-Dopingregelungen und damit verbundene Ausstiegsklauseln festzuschreiben. Die ARD-Doping-Redaktion wird weiterhin beobachten, ob vertraglich festgelegte Doping-Kontrollen korrekt durchgeführt werden.

Die herausragenden Sportevents der nächsten zwei Jahre werden die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika und die Olympischen Winterspiele in Vancouver sein. Bei sport.ARD.de wird es unter der Federführung des SWR ein umfangreiches Angebot zur WM geben, unter der Federführung des MDR ein Angebot zu den Spielen in Vancouver. Neben Berichten, Ergebnisdiensten und Live-Tickern werden den Nutzerinnen und Nutzern zahlreiche multimediale Angebote zur Verfügung stehen. 2009 werden die amtierenden Weltmeisterinnen bei der Fußball-Europameisterschaft der Frauen in Finnland versuchen, sich auch den Europameister-schaftstitel zu sichern. Ein weiterer spannender Programm-punkt stellt die Leichtathletik-WM 2009 in Berlin dar.

Neben der Übertragung von beliebten und zuschauerstarken Großereignissen wie z. B. der Bundesliga-Berichterstattung in der ARD-»Sportschau« bleibt auch die Abbildung anderer Sportarten für die ARD wesentlich. So dienen, neben vielen Live-Übertragungen, die »Sportschau«-Sendungen, aber auch die Sportberichterstattung in den Nachrichtensendungen und die Sportsendungen in den Dritten Programmen zur Information über eine Vielzahl größerer und kleinerer Sportarten: von Tischtennis bis Volleyball, von Rudern bis Segeln, von Handball über Basketball bis hin zum Ringen oder Wintersport. Insgesamt kommen allein im Ersten zwischen 35 und 40 Sportarten zum Zug. Damit bleibt die ARD mit dem Ersten und den Dritten Programmen neben Eurosport weiterhin der Sender mit der größten sportlichen Vielfalt in Deutschland. Die ARD wird aber weiterhin bestrebt sein, kreative Lösungen zu finden, wie Rand-, Breiten- und Behindertensport für ein großes Publikum noch attraktiver dargestellt werden können. In diesem Zusammenhang verpflichtet sich die ARD auch dazu, das Profil ihrer Sportsendungen und -übertragungen im Rahmen der Möglichkeiten für ein junges Publikum attraktiv zu machen und sowohl in der Präsentation als auch bei den Reporterinnen und Reportern sowie Moderatorinnen und Moderatoren den eingeschlagenen Weg der Verjüngung weiterzuvollziehen.

Werbung, Sonderwerbformen und Sponsoring in der »Sportschau« am Samstag bleiben weiterhin auf das zur Refinanzierung notwendige Maß beschränkt. Auf diese Weise ist sichergestellt, dass die journalistisch hochwertige Sportberichterstattung der »Sportschau«-Sendung im Vordergrund steht.

Über die Zukunft der Fußball-Bundesliga in der »Sportschau« kann erst nach Abschluss der Rechtverhandlungen eine konkrete Aussage getroffen werden.

sport.ARD.de macht unter Federführung des WDR die Sportkompetenz der ARD auch im Internet in ganzer Breite zugänglich. Die Sportberichterstattung in Radio und Fernsehen wird mit sport.ARD.de begleitet und unterstützt. Die Redaktion gewährleistet im Internet die Versorgung mit Sport-Nachrichten und reichert die Berichterstattung von Radio und Fernsehen medienspezifisch an.

## 2. KULTUR

*Die ARD kommt ihrem Kulturauftrag auf engagierte Weise nach: im täglichen Programmangebot ebenso wie als Kultur-träger und -förderer im Bund und in der Region. Dabei wird sie auch in Zukunft darauf achten, Kultur im Ersten nicht nur*

*einer schmalen Elite, sondern im Sinne der UNESCO-Definition eines weiten Kulturbegriffs<sup>2</sup> breiten Schichten der Bevölkerung zugänglich zu machen. Ebenso garantiert die ARD mit ihrer einmaligen Vielfalt von erstklassigen Klangkörpern und ihrem Engagement bei diversen renommierten Kulturfestivals und Institutionen wie dem ARD-Musikwettbewerb die Pflege der Hochkultur. Die Beteiligung der ARD an den länder-übergreifenden Kulturkanälen ARTE und 3sat sowie PHOENIX ist gerade vor dem Hintergrund der föderalen Verankerung der ARD unverzichtbar und dient der europäischen Integration, dem wechselseitigen Verständnis und der Vermittlung deutschsprachiger Kultur bis in den mittel- und osteuropä-ischen Raum hinein. ARD Online bündelt die Kulturinhalte aus allen Fernseh- und Hörfunkprogrammen thematisch aufbereitet auf ARD.de.*

### Aktuelle Kulturberichterstattung:

Die ARD verpflichtet sich zu einer aktuellen, vielfältigen und differenzierten Kulturberichterstattung. Das Erste betrachtet die Kulturvermittlung als eine Querschnittsaufgabe, die nicht nur in den dafür speziell vorgesehenen Formaten, sondern im Gesamtprogramm und vor allem in den aktuellen Nachrichtensendungen erfüllt werden muss. Die von vielen Zuschauerinnen und Zuschauern eingeschalteten Informationssendungen wie »Tagesschau«, »Tagesthemen« sowie die feste Kulturrubrik im »Mittagsmagazin« nehmen u. a. die aktuelle Kulturvermittlung wahr. Der Anteil an Schlus-stücken in der »Tagesschau« und den »Tagesthemen«, die sich mit kulturellen Themen befassen, soll weiter intensiviert werden. Ausbaufähig ist auch der Kulturanteil des »ARD-Morgenmagazins«.

Am Sonntagabend werden sich das ARD-Kulturmagazin »tlt – titel thesen temperamente« sowie die Büchersendung »druckfrisch« auch 2009/10 mit kulturellen Themen an ein besonders interessiertes Publikum wenden. An einem noch einheitlicheren Konzept und einer klaren Linie für das Kulturmagazin »«, das aus der Zusammenlegung von drei verschiedenen Kulturmagazinen entstand, wird weiter gearbeitet: weniger Beiträge, dafür mehr Schwerpunktset-zungen, Hintergrundinformationen und Analysen zu den gebotenen Themen sind das weiter anzustrebende Ziel. Neben der Berichterstattung über das deutsche und inter-nationale Kulturleben will »« mit seinen Beiträgen häufiger auch in kulturpolitische Auseinandersetzungen eingreifen und einen eigenen Standpunkt formulieren bzw. Meinungen in der Kulturszene darstellen und einordnen. Miteinbezogen werden die Alltagskultur und auch die Grenzbereiche zur Poli-tik und Wirtschaft.

Die Beiträge des Kulturmagazins »tlt« werden auf DasErste.de aktuell begleitet, die Inhalte aller Kultursendungen der ARD auf kultur.ARD.de gebündelt und damit nachhaltigen den Kul-turinteressierten angeboten.

2 Die ARD folgt in ihrem Verständnis des »weiteren Kulturbegriffs« der von der UNESCO erarbeiteten Definition, die über Kunst und Literatur hinaus auch Formen des Zusammenlebens, Wertesysteme, Tradition und Überzeugungen umfasst und sich somit auf die Gesamtheit der unverwechselbaren geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Eigenschaften einer Gesellschaft bezieht. Eine Präzisierung, der sich die ARD anschließt, erfuh diese Definition im Dezember 2007 durch den Schlussbericht der Enquête-Kommission »Kultur in Deutschland«.

Ausgesuchte Konzertübertragungen und Opernaufführungen werden das kulturelle Programmangebot im Ersten ergänzen. Breiten Raum für die Kulturberichterstattung werden auch weiterhin die Magazine auf ARTE und 3sat, wie z. B. »Metropolis« oder »Kulturzeit«, bieten, die über allgemeine wie über »special interest«-Themen gleichermaßen berichten. Das digitale Angebot von EinsFestival stellt die Kulturproduktionen der ARD den Zuschauerinnen und Zuschauern gebündelt zur Verfügung.

#### **Fernsehfilm:**

Die Fernsehfilmredaktionen der ARD verpflichten sich, die gesamte Bandbreite des ambitioniert-künstlerischen wie kultiviert-unterhaltenden Genres auf hohem Qualitätsniveau weiter zu entwickeln. Insofern trägt der Fernsehfilm in profilbildender Weise zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags bei. Der Pflege einer zeitgemäßen Erzählkultur und einer individuellen, ästhetisch reflektierten Bildsprache gilt dabei ein besonderes Augenmerk. Die Würdigung von historischen Ereignissen und herausragenden kulturellen Persönlichkeiten sowie die Nachwuchsförderung und aktive Unterstützung innovativer Filmprojekte werden leitende Kriterien bei der Entwicklung und Planung im fiktionalen Bereich sein. Dabei werden zweiteilige Eventproduktionen als Highlights im Fernsehfilmangebot des Ersten eine wichtige Rolle spielen.

Die ARD wird auch in Zukunft an dem erfolgreichen Genre-Mix aus Komödien, Dramen, an historischen wie zeitgenössischen Stoffen festhalten. Der »FilmMittwoch« bleibt die unverwechselbare Marke für den anspruchsvollen, vielfach preisgekrönten ARD-Fernsehfilm. Die ARD wird darauf achten, dass das anspruchsvolle Profil dieses Fernsehfilmplatzes im Ersten nicht aufgeweicht wird.

Zu den 2009/10 herausragenden Programmvorhaben gehören u. a. die bereits in den ARD-Leitlinien 2007/08 angekündigten Verfilmungen der historischen »Henri Quatre«-Romane von Heinrich Mann als zweiteilige TV-Fassung sowie des Thomas-Mann-Romans »Buddenbrooks« durch Heinrich Breloer, ein Zweiteiler über Lotte Lenya unter der Regie von Dominik Graf und Marcel Reich-Ranickis Autobiografie »Mein Leben«, die nunmehr realisiert werden. Peter Sehr versucht eine neue Annäherung an die mythologische Figur Ludwig II.; Stefan Aust und Bernd Eichinger befassen sich in einer zweiteiligen Fernsehfassung mit dem »Baader-Meinhof-Komplex«. Weiterhin wird zum 20. Jahrestag das Thema Mauerfall aufbereitet; Regie führt Friedemann Fromm. Weitere Projekte zeigen die Ereignisse während der Olympischen Spiele 1972, die Geschichte des Staatszirkus der DDR oder die Geschichte des deutschen U-Boots »Laconia« als internationale Koproduktion. Das aktuelle Thema Kinderarmut in Deutschland soll filmisch aufgegriffen werden. In dem neuen ambitionierten Serienprojekt »Im Angesicht des Verbrechens«, einer in Berlin angesiedelten spannenden Action-Krimi-Serie, wird es um organisierte Kriminalität, Banden aus Osteuropa und nicht zuletzt um die russische Mafia gehen. Außerdem wird Das Erste auch 2009/10 wieder hochkarätige, von der ARD mitfinanzierte Koproduktionen ausstrahlen, so z. B. »Fleisch ist mein Gemüse« nach dem Kultbuch von Heinz Strunk, »Robert Zimmermann wundert sich über die Liebe« in der Regie von Leander Haußmann oder »Die Entdeckung der Currywurst« nach der Novelle von Uwe Timm.

Die ARD engagiert sich in der Nachwuchsförderung und arbeitet aktiv an der Entwicklung innovativer Filme mit unverwechselbarer Handschrift. Die Reihe »Debüt im Ers-

ten« wird auch in den Jahren 2009/10 Bestand haben und kreativen Jungregisseurinnen und -regisseuren, Autorinnen und Autoren sowie Filmhochschulabsolventinnen und -absolventen die Möglichkeit bieten, ihre Erstlingswerke einem breiten Publikum vorzustellen. Nicht nur in dieser Reihe für den Regie-Nachwuchs, sondern auch auf den Regelfernsehfilmplätzen des Ersten wird die ARD neben den etablierten Schauspielerinnen und Schauspielern immer wieder junge Darstellerinnen und Darsteller besetzen und dafür sorgen, dass Talente entdeckt und frühzeitig an die fiktionalen Produktionen der ARD gebunden werden. Die ARD verpflichtet sich, herausragende Fernsehfilme und Dokumentationen sowie ihr Engagement in der Nachwuchsförderung (»Debüt im Ersten«) auch weiterhin mit Hintergrundinformationen im Internet zu begleiten.

#### **Internationale Spielfilme:**

Das Spielfilmangebot der ARD wird 2009/10 wieder verstärkt internationale Kinohighlights, Klassiker der Filmgeschichte, historische Mehrteiler und Literaturverfilmungen, Werkschauen großer Regisseurinnen und Regisseure und Schauspielerinnen und Schauspieler sowie thematische Filmreihen umfassen. In den Jahren 2009 und 2010 würdigt Das Erste u. a. Heinz Erhardt und Errol Flynn (100. Geburtstag), Federico Fellini und Walter Matthau (90. Geburtstag), Audrey Hepburn und Liselotte Pulver (80. Geburtstag), Hans Albers und Clark Gable (50. Todestag), Richard Burton und Orson Welles (25. Todestag).

Filme jenseits des Mainstreams finden die Zuschauerinnen und Zuschauer auch auf ARTE, 3sat und dem Digitalkanal EinsFestival.

Die ARD wird nach Wegen suchen, wie ein ausgewiesener Spielfilmplatz für herausragende ARD-Kinokoproduktionen sowie internationale Kinohighlights zu einer angemessenen Sendezeit im Ersten gefunden werden kann, um insbesondere auch das jüngere Publikum anzusprechen.

#### **Dokumentationen, Features und Reportagen:**

Die qualitativ hochwertigen Dokumentationen, Features und Reportagen aus den Kulturredaktionen der ARD sind ein Markenzeichen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die ARD wird 2009/10 weiter für feste Sendeplätze im Hauptabendprogramm des Ersten Kulturfeatures und Dokumentationen produzieren. Von den 600 jährlich in der ARD ausgestrahlten Dokumentationen werden auch 2009/10 rund die Hälfte von den Kulturredaktionen zugeliefert. Die ARD wird neben den politischen, zeitgeschichtlichen und Naturdokus auch Dokumentationen, die sich explizit mit Kunst und Kultur befassen, ins Programm des Ersten aufnehmen. Das Erste wird ferner dafür sorgen, dass der Sendeplatz für Dokumentationen am Montagabend ein deutlich erkennbares Profil erhält. Der von einer internen Arbeitsgruppe für diesen problematischen Sendeplatz entwickelte Ansatz, mit den dort programmierten Formaten vor allem an die Lebenswelt der Zuschauerinnen und Zuschauer anzuschließen, stellt derzeit noch keine befriedigende Lösung dar.

Die Jahre 2009/10 werden programmlich durch zwei historische Daten geprägt sein: den Mauerfall vor 20 Jahren und die Gründung der Bundesrepublik Deutschland sowie der DDR vor 60 Jahren. Dazu sind mehrere Doku- und Reihenprojekte in Planung wie »Der Mauerfall«, »Damals nach der DDR«, »Mein Deutschland«, »60 Mal Deutschland« und »Vorwärts in die Zukunft«. Im Internet werden diese zeitgeschicht-

lich bedeutenden Jahrestage mit verschiedenen Projekten begleitet, die auf ARD.de zusammengeführt werden. Dazu gehören »60 Mal Deutschland«, ein Projekt vom RBB, tagesschau.de und der Bundeszentrale für politische Bildung, »Mein Deutschland« oder »Kriegskinder in Deutschland«. Darüber hinaus wird die ARD ihre erfolgreichen kulturhistorischen Reihen, wie etwa »Legenden«, im Ersten weiter fortführen. Die von ARD.de dazu erarbeiteten qualitativ hochwertigen Dossiers haben eine nachhaltige Wirkung, da sie als multimediale Angebote aus Text, Fotos, Audios und Videos zur zeitsouveränen Nutzung angeboten werden. Die ARD erfüllt gerade auch mit diesen Angeboten ihren Bildungsauftrag.

Der Kulturkanal 3sat feiert 2009 sein 25-jähriges Bestehen. Aus diesem Anlass wird es fünf große Thementage und eine Kabarettgala am 1. Dezember 2009 geben. Außerdem zeigt 3sat einen Schwerpunkt zu Charles Darwins Evolutionstheorie sowie im Schillerjahr 2009 zum Thema »Sturm und Drang«. Zum 70. Todestag von Joseph Roth im Mai 2009 ist ein weiterer Schwerpunkt geplant. Die Jubiläen »60 Jahre Grundgesetz« und »20 Jahre Fall der Mauer« werden vertiefend zu den Angeboten im Ersten behandelt.

ARTE wird auch weiterhin Kulturdokumentationen zeigen, die die Vielfalt des kulturellen Lebens in Europa spiegeln.

### **Kirche und Religion:**

Zum Kulturauftrag der ARD gehört ein vielfältiges Sendeangebot zu allen Themen des Glaubens. Die ARD wird 2009/10 in ihren Verkündigungssendungen, vor allem dem »Wort zum Sonntag«, aber auch Gottesdienstübertragungen, den »Liedern zum Advent« oder »Ostern in Rom«, den Kirchen Raum für die Verbreitung ihrer Botschaft zur Verfügung stellen und weiterhin ihre wichtige Servicefunktion für alte, kranke und behinderte Zuschauerinnen und Zuschauer wahrnehmen, die den Gottesdienst nicht persönlich besuchen können. Die ARD wird in Reportagen, Porträts und Dokumentationen auf festen Sendeplätzen über Positionen und Entwicklungen in Religion, Kirchen und Glaubensgemeinschaften informieren sowie ethische Orientierung in Fragen der individuellen Lebensgestaltung bieten.

Die ARD wird in ihren Sendungen aus dem Themenbereich Kirche und Religion den interreligiösen beziehungsweise interkulturellen Dialog weiter stärken und damit einen Beitrag zur Schaffung von Toleranz, Verständnis, einer Kultur der gegenseitigen Wertschätzung und dem Abbau von Vorurteilen leisten. Obwohl die ARD den Schwerpunkt beim Christentum setzt, wird sie andere Glaubensgemeinschaften nicht vernachlässigen. So wird es 2009 u. a. eine großangelegte Dokumentarreihe über den Islam geben.

### **Musik:**

Die Jahre 2009/10 werden in den Musiksendungen von Gedenktagen berühmter Komponisten geprägt sein: Georg Friedrich Händels 250. Todestag im April 2009, Joseph Haydns 200. Todestag im Mai 2009 sowie Frédéric Chopins und Robert Schumanns 200. Geburtstag im Februar bzw. im Juni 2010. Darüber hinaus werden musikalische Spitzenereignisse auch weiterhin im Ersten live oder zeitversetzt aus besonderem Anlass ausgestrahlt werden. Hierzu gehört auch das traditionelle »Europakonzert der Berliner Philharmoniker«. Gleiches gilt für Dokumentationen, die sowohl von der Wahl ihres Themas als auch von der Ausführung her Chancen bie-

ten, klassische Musik einem breiteren Publikum zu erschließen. In den Dritten Programmen sollen auch weiterhin die jeweiligen anstaltsbezogenen musikalisch herausragenden Ereignisse wahrgenommen werden wie die »Schwetzingen Festspiele« (SWR), das »Rheingau Musik Festival« (HR), der »MDR Musiksommer« (MDR), die »MusikTriennale Köln« (WDR) und das »Schleswig-Holstein Musik Festival« (NDR). Fortgesetzt wird die Schwerpunktbildung bei ARTE, 3sat und EinsFestival.

### **Migration und Integration:**

Die ARD betrachtet es als eine ihrer wesentlichen Querschnittsaufgaben, die Realität der deutschen Einwanderungsgesellschaft in all ihren Programmangeboten, vor allem auch im überregionalen Hauptprogramm Das Erste, darzustellen. Ziel ist es, den Alltag der Menschen aus Zuwanderungsfamilien als Teil der gesellschaftlichen Normalität abzubilden und dabei glaubwürdig die Chancen einer kulturell vielfältigen Gesellschaft zu vermitteln, ohne ihre Probleme und Risiken auszublenden. Die Integrationsstrategie der ARD hebt vor allem darauf ab, dem demografischen, ethnischen und kulturellen Wandel unserer Gesellschaft und damit des Fernsehpublikums gerecht zu werden sowie die Veränderungen seines Erfahrungs- und Erwartungshorizonts in ihren vielfältigen Programmangeboten nachhaltig zu reflektieren. Auf der Entwicklung geeigneter Formate für Das Erste, die sich dem Thema Integration von Menschen aus Zuwanderungsfamilien widmen, liegt ein besonderes Augenmerk in den dafür zuständigen Redaktionen sämtlicher Bereiche von der Information über den Fernsehfilm bis zur Unterhaltung. Im Januar 2009 wird sich z. B. eine 90-minütige Dokumentation mit dem Arbeitstitel »Wer hat Angst vorm Minarett?« mit Moscheebauten in Deutschland und der Integration islamischer Zuwanderinnen und Zuwanderer befassen.

Langfristiges Ziel der Personalpolitik der ARD ist es, die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen hinlänglich zu berücksichtigen und dabei gesellschaftliche Realität widerzuspiegeln. Die ARD wird ihre Anstrengungen intensivieren, Menschen mit Zuwanderungsbiografien am Mikrofon und auf dem Bildschirm in ihre Produktionen einzubeziehen und sie als Darstellerinnen und Darsteller in Filmen und Serien des Ersten einzusetzen. Journalistinnen und Journalisten mit Einwanderungshintergrund können eigene Blickwinkel in die Berichterstattung einbringen und so zu einer realistischeren Darstellung gesellschaftlicher Entwicklungen im Informationsprogramm des Ersten beitragen – nicht nur bei integrationsspezifischen Themen, sondern als Akteurinnen und Akteure in allen journalistischen Sparten. Die Anzahl von Menschen mit Zuwanderungsbiografie soll hier in den nächsten Jahren erhöht werden, wobei das Hauptkriterium für die Einstellung stets die fachliche Qualifikation bleibt. Dies gilt in gleicher Weise für den gesamten fiktionalen Bereich. Mit der Gründung der CIVIS-Akademie zur Aus- und Fortbildung verfolgt die CIVIS-Medienstiftung von ARD und ZDF das Ziel, Radio- und Fernsehjournalistinnen und -journalisten sowie Studierende und Absolventinnen und Absolventen der Film- und Medienhochschulen für Themen der Integration und kulturellen Vielfalt zu sensibilisieren.

Die Forschung über die Mediennutzung von Menschen ausländischer Herkunft in Deutschland wird weiter intensiviert. Dabei wird es das anzustrebende Ziel sein, eine intensive Grundlagenforschung zur Ausstattung der Haushalte mit

Medien, zur Medienpräferenz und zum Nutzungsverhalten mit qualitativen Erhebungen über Nutzungsmotive und Nutzungsweisen zu verbinden. Das Statistische Bundesamt soll deshalb gebeten werden, die Erarbeitung geeigneter Vorgaben für bevölkerungsrepräsentative Stichproben unter Einbeziehung ausländischer Mitbürgerinnen und Mitbürger voranzutreiben. Die Medienforschung Das Erste wird ihre Erkenntnisse über das Mediennutzungsverhalten von Menschen mit Migrationshintergrund weiter qualifizieren. Insbesondere den spezifischen Nutzungsmotiven und cross-medialen Nutzungsmustern soll hierbei durch geeignete Forschungsinstrumente Rechnung getragen werden.

### 3. BILDUNG, WISSEN UND BERATUNG

*Die vielfältigen Angebote des Ersten zu den Themen Bildung, Wissen und Beratung stellen für die Zuschauerinnen und Zuschauer eine Informations- und Orientierungshilfe in einer zunehmend komplexer werdenden Welt dar. Dabei sieht es die ARD auch als wichtige Aufgabe, Medienkompetenz sowie das Konzept eines ›lebenslangen Lernens‹ und einer ›Bildung für nachhaltige Entwicklung‹ zu vermitteln. Die Stärke der ARD liegt darin, dass ihre Sendungen und programmbezogenen Onlineangebote frei von kommerziellen Interessen gestaltet werden. Die ARD verpflichtet sich, mit ihrem Programmangebot in diesem Bereich den sich ständig ändernden Anforderungen der Informationsgesellschaft des Internetzeitalters inhaltlich, formal und technisch gerecht zu werden. Dazu wird auch die Fortführung der »ARD-Themenwoche« beitragen, die sich 2009 mit der Frage nach dem bürgerschaftlichen Engagement befassen wird. Die ARD verpflichtet sich, auch weiterhin auf ARD.de das Onlineangebot zu den Themenwochen bereitzustellen und das Publikum mit vertiefenden Informationen zur zeitsoveränen Nutzung zu versorgen und Informationen zu allen Programmaktivitäten zu bündeln. Zugleich wird ARD.de die Partizipationsmöglichkeiten der Nutzerinnen und Nutzer weiter verbessern und so die Bindung an diese öffentlich-rechtlichen Programmvorhaben stärken.*

#### Wissenschaft und Forschung:

Die Vermittlung von neuen und bestehenden Erkenntnissen aus Wissenschaft und Forschung und deren Folgen versteht die ARD als besondere journalistische Herausforderung. Die Wissensshows »Kopfball«, »Wissen vor 8« sowie »W wie Wissen« im Ersten oder das 3sat-Magazin »nano« sind Beispiele für kreative Möglichkeiten der Wissensvermittlung und berücksichtigen Phänomene aus den unterschiedlichsten Wissenschaftsbereichen gleichermaßen.

#### Geschichte und Zeitgeschehen:

Das Wissen über historische Zusammenhänge und deren Einordnung in das heutige Geschehen ist der ARD ein zentrales Anliegen. Die Entwicklung von neuen Formen in der beim Publikum sehr beliebten Darstellung von Gesellschafts- und Kulturgeschichte wird die ARD daher weiterverfolgen. Das Erste wird sich hier unter anderem der Jahrestage zum Mauerfall sowie zur Gründung der Bundesrepublik und der DDR annehmen. (Weitere Programmvorhaben siehe im Kapitel Kultur/Dokumentationen.)

#### Beratung und Service:

Als journalistisches und unabhängiges Medium fühlt sich Das Erste in Zeiten zunehmender Fernsehnutzung dem Bedürfnis der Zuschauerinnen und Zuschauer nach Beratung und Service verpflichtet. Das Erste verfolgt den Anspruch, alle Zuschauerinnen und Zuschauer mit entsprechenden Angeboten zu erreichen. Daher finden sich Serviceangebote zu allen Tageszeiten und an jedem Wochentag im Ersten. »ARD-Morgenmagazin«, »ARD-Mittagsmagazin« und »ARD-Buffer« werden die Zuschauerinnen und Zuschauer bei der Bewältigung von aktuellen finanziellen, rechtlichen, gesundheitlichen oder familiären Problemen unterstützen. Das Wirtschafts- und Verbrauchermagazin »Plusminus« beleuchtet am Hauptabend wirtschafts- und sozialpolitische Hintergründe. Die acht verschiedenen Ausgaben der »ARD-Ratgeber« leisten samstags um 17.03 Uhr und sonntags um 16.30 Uhr themenbezogenen Service. Der Digitalkanal EinsPlus bündelt die vielfältigen Service- und Beratungsangebote des Ersten und der Dritten Programme für besonders interessierte Zuschauerinnen und Zuschauer.

Die Ratgeber- und Servicesendungen der ARD werden mit umfassenden und transparent strukturierten Angeboten im Internet begleitet. Die Zuschauerinnen und Zuschauer haben so die Möglichkeit, die im Fernsehen flüchtigen Informationen nachhaltig und thematisch geordnet nutzen zu können. In die Onlineangebote, die sowohl über die Sendungsmarken als auch thematisch erreichbar sind, fließen auch Rechercheergebnisse ein, die im kürzeren Fernsehformat keinen Platz gefunden haben. Zahlreiche Formate, wie z. B. die »ARD-Ratgeber«, »Plusminus« oder »Morgenmagazin« und »Mittagsmagazin«, werden als Video on Demand nachhaltig im Internet angeboten.

Auf ratgeber.ARD.de werden die vielfältigen Ratgeber- und Serviceinformationen gebündelt und in Rubriken übersichtlich strukturiert. Neben aktueller Information finden die Nutzerinnen und Nutzer hier die besonders beim Thema Ratgeber wichtigen nachhaltigen Inhalte, Hintergrundinformationen und Erklärstücke. Die »ARD-Ratgeber«-Informationen im Netz unterscheiden sich von den Konkurrenzangeboten vor allem durch ihre Unabhängigkeit in einem werbefreien redaktionellen Umfeld.

ARD Text wird seinen Verbraucher- und Servicebereich ständig überarbeiten und den wechselnden Nutzerinnen- und Nutzerinteressen entsprechend ausrichten. Aktuelle Meldungen und Serviceinformationen in knapper, übersichtlicher Form können sich die Zuschauerinnen und Zuschauer auf den Fernsehbildschirm holen oder per Faxabruf schicken lassen.

Mit seinen Bildungs- und Beratungsangeboten will Das Erste beim Publikum Interesse wecken an den unterschiedlichsten Wissensbereichen, Lust darauf machen, sich lebenslang Kenntnisse anzueignen bzw. zu vertiefen und den eigenen Horizont beständig zu erweitern. Das ARD-Hauptprogramm versteht seine Selbstverpflichtung zu einem ›lebenslangen Lernen‹ dabei nicht im Sinne eines pädagogisch-didaktischen Telekollegs, sondern sieht seine Aufgabe vor allem darin, die Zuschauerinnen und Zuschauer zur selbständigen Weiterbildung zu animieren, indem es durch seine vielfältigen Informations- und Wissenssendungen die Notwendigkeit zur Fortentwicklung der eigenen Fähigkeiten und Begabungen in einer dynamischen, zunehmend komplexer werdenden Wissensgesellschaft verdeutlicht.

#### 4. UNTERHALTUNG

*Die Unterhaltungsangebote im Ersten richten sich an Jung und Alt und erfüllen damit eine wichtige Integrationsfunktion. Auch in seinem Unterhaltungsangebot fühlt sich Das Erste dem Informations- und Bildungsauftrag verpflichtet, indem auf unterhaltende Weise Wissensthemen vermittelt werden. Das Erste wird diesen Anspruch mit einem vielfältigen Angebot aus unterhaltenden Fernsehfilmen, Serien, großen Showformaten, fair geführten Gesprächsrunden oder Galas für gemeinnützige Zwecke erfüllen. Die Unterhaltungsformate des Ersten halten an Werten wie Respekt, Toleranz und Achtung der Menschenwürde fest. Vor allem die unterhaltenden Fernsehfilme des Ersten transportieren ein wertegeprägtes Familienbild und spiegeln dabei die unterschiedlichsten Familienmodelle unserer Gesellschaft.*

##### **Fiktionale Unterhaltung:**

Die ARD pflegt bewährte Figuren und Formate und arbeitet kontinuierlich an der Einführung neuer Charaktere und Stoffe. Das Erste wird neben seinen anspruchsvollen fiktionalen Produktionen auch weiterhin unterhaltende Fernsehfilme mit leichteren Stoffen bieten. Den Zuschauerinnen und Zuschauern sollen hier etablierte Publikumsliebhaber ebenso wie Nachwuchsschauspielerinnen und -schauspieler begegnen. Die Qualität dieser Filme am Freitagabend soll weiter verbessert werden, was die Dramaturgie, die Dialoge und die Charaktere angeht.

Auch in den Jahren 2009/10 wird die ARD attraktive Kriminalfilme anbieten, vor allem mit den erfolgreichen Reihen »Tatort« und »Polizeiruf 110«, die in der ihnen eigenen dramaturgischen und darstellerischen Umsetzung auch die föderale Vielfalt der ARD hervorheben. Dabei beachten die Krimireihen der ARD die Regeln zur Selbstbeschränkung wie z. B. die »ARD-Grundsätze gegen Verharmlosung und Verherrlichung von Gewalt im Fernsehen« und den Jugendschutz.

Die ARD wird dem Wunsch der Zuschauerinnen und Zuschauer gemäß neue Staffeln der beliebten Serien am Dienstagabend wie »Familie Dr. Kleist«, »Um Himmels Willen«, »Der Dicke« und »In aller Freundschaft« produzieren. Alle Serien und jungen Unterhaltungsformate werden mit umfassenden, interaktiven Angeboten im Web begleitet.

Nach jeweils rund 3 500 Folgen sind die beiden Vorabend-Dailys »Verbotene Liebe« und »Marienhof« fester Bestandteil des Unterhaltungsprofils des Ersten und richten sich vor allem an ein junges Publikum. Seit langem erfolgreiche Formate wie das »Großstadtrevier«, die »Lindenstraße« sowie die Telenovelas »Sturm der Liebe« und »Rote Rosen« bilden eine stimmige Mischung aus Bewährtem und Innovativem. Für den Sendeplatz um 18.50 Uhr entwickelt die Koordination Vorabend ein Konzept für eine zunächst auf 200 Folgen angelegte Serie, die ein aktuelles Thema mit gesellschaftlicher Relevanz aufgreift. Im Mittelpunkt steht eine Mutter in den Dreißigern, die in einem mittelständischen Unternehmen arbeitet, das an Finanzinvestoren verkauft wird, wodurch sich das Leben der Protagonistin völlig verändert.

##### **Shows und Events:**

Der Bedarf an unterhaltenden Wissenschaftsshow wird auch künftig unvermindert groß sein. Dieses Angebot gilt es, im Ersten weiter auszubauen – mit neuen Eventshows und Kurz-Staffeln zu wissenschaftlichen Themen. Der in den Leitlinien 07/08 gestellte Anspruch, für den Sendeplatz am Samstagabend mehr jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer

zu gewinnen, konnte noch nicht hinreichend eingelöst werden. Die ARD wird weiter daran arbeiten, Unterhaltungsformate für Das Erste zu entwickeln, die Neues erproben und junge Talente fördern. Bisher mangelt es allerdings an überzeugenden Angeboten aus den Landesrundfunkanstalten, insbesondere was die Spiel- und Gameshows anbelangt, für die – über Jörg Pilawa hinaus – vor allem zugkräftige Protagonisten fehlen. Hier ist es wichtig, mittelfristig Nachwuchs aufzubauen. Quiz- und Wissensformate sollen mit crossmedialen Projekten unterstützt werden. Geplant ist z. B. eine Zuschauerinnen- und Zuschauerbeteiligung übers Internet bei »Das unglaubliche Quiz der Tiere« oder verschiedenen Testformaten mit Jörg Pilawa.

Um die Ressourcen der Häuser zu bündeln, sollen Unterhaltungsshow künftig verstärkt gemeinschaftsproduziert werden. Zu den in Planung befindlichen Projekten zählen u. a. eine Dialektshow sowie ein weiteres Tierquiz.

Die volkstümliche Unterhaltung ist nach wie vor ein Quoten Garant am Samstagabend, besonders die »Feste der Volksmusik« und der »Musikantenstadl«. Beide Formate gilt es, mit neuen Ideen behutsam zu modernisieren. Der Anteil von Sendungen mit Volksmusik und volkstümlicher Musik wurde in 2008 bereits verringert. So sind die »Straße der Lieder« und der »Musikantendampfer« ersatzlos gestrichen worden. Eine weitere Verkürzung des Angebotes in diesem Bereich ist nur möglich, wenn die bestehenden Formate durch tragfähige alternative Konzepte ersetzt werden können.

Der »Eurovision Song Contest« richtet sich gezielt auch an jüngere Zuschauer. Diese Marke muss weiter gestärkt werden. Dies geschieht u. a. auch durch ein interaktives Onlineangebot.

Künftig wird es wichtig sein, auch neue Felder der Unterhaltung zu besetzen, um damit ein jüngeres Publikum ans Erste zu binden, das sich mit Quiz- und volkstümlichen Formaten nicht mehr hinreichend angesprochen fühlt. Dazu soll eine neue Spielshow für den Samstagabend entwickelt werden, die nicht mehr als Einzel-Event programmiert wird, sondern als dreiteilige Staffel wöchentlich über den Bildschirm geht, bei Erfolg mehrmals im Jahr. Daneben soll es verstärkte Anstrengungen geben, mit anspruchsvoller, aber dennoch attraktiver Comedy eine neue Farbe im Ersten zu etablieren.

##### **Talk:**

Die Talksendung »Beckmann« feiert im Januar 2009 ihr 10-jähriges Jubiläum mit einer besonderen Ausgabe und einem anschließenden »Best of«. »Menschen bei Maischberger« wird am Dienstagabend weiter prominente Gäste und engagierte Bürgerinnen und Bürger mit einer besonderen Lebensgeschichte zu einem gesellschaftspolitisch relevanten Thema einladen und eine Stunde informative Unterhaltung in intensiven Gesprächen bieten.

#### 5. KINDER, JUGEND UND FAMILIE

*Kinder mit anspruchsvollen, auf sie zugeschnittenen Angeboten schon früh für die Qualität öffentlich-rechtlicher Programmgestaltung zu gewinnen und sie auch als Jugendliche und junge Erwachsene an die ARD zu binden, betrachtet die ARD als eine ihrer vordringlichsten strategischen Herausforderungen für die nähere Zukunft. Dies ist nicht zuletzt deshalb von zentraler Bedeutung, weil es den gesellschaftlichen Stellenwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in einer sich wandelnden Medienlandschaft zu wahren und auszubauen gilt. Nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk gewährleistet ein*

*vielfältiges werbe- und gewaltfreies Angebot für Kinder und Jugendliche, das diese Zielgruppe unabhängig und verantwortungsbewusst informieren und orientieren kann. Da bei der jüngsten Zielgruppe der Bedarf nach sozialer, kultureller und politischer Orientierung besonders ausgeprägt ist, sieht sich die ARD hier in einer besonderen Verantwortung. Für die Erhaltung des demokratischen Gemeinwesens ist es daher eine unverzichtbare Querschnittsaufgabe, auch die nachfolgenden Generationen mit den öffentlich-rechtlichen Angeboten zu erreichen. Zu diesem Zweck wird die ARD prüfen, ob ein spezifischer »Jugendkanal« Erfolg verspricht und ob ein bestehender Kanal dafür genutzt werden könnte. Wenn die ARD junge Zuschauerinnen und Zuschauer weiter mit öffentlich-rechtlichen Qualitätsangeboten erreichen will, muss sie in Machart, Inhalt, Rhythmus und Länge der Sendungen den Sehgewohnheiten und damit der gesunkenen Aufmerksamkeitsspanne dieser spezifischen Zielgruppe Rechnung tragen. Für Kinder und Jugendliche gewinnen neben dem klassischen Fernsehen deren meistgenutzte Medien PC und Handy an Bedeutung. Deswegen wird die ARD bestrebt sein, entsprechend der Nachfrage auch diese neuen Plattformen zu nutzen und das Kinder- und Jugendprogramm gemäß den Sehgewohnheiten und dem Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe weiterzuentwickeln.*

Auch in Zukunft bleibt das Kinderprogramm ein wichtiger Bestandteil des Ersten. Information ist ein wesentlicher Schwerpunkt im Kinderprogrammangebot. Mit Nachrichten, Dokumentationen, Wissensmagazinen und Reportagen bieten der KI.KA und Das Erste die gesamte Bandbreite journalistischer Kompetenz schon für die jüngsten Zuschauerinnen und Zuschauer.

Das Kinderprogramm im Ersten am Wochenende bedarf größerer programmlicher Verlässlichkeit. Ein Ausfall des Kinderprogramms zugunsten beispielsweise von Sportangeboten sollte in jedem Fall sorgfältig abgewogen werden. Mit fiktionalen Angeboten wird die ARD die Lebenswirklichkeit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland abbilden. Spielfilme, Krimiserien und Soaps sollen unterhalten und zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen. In ihren fiktionalen Kinderprogrammen wird die ARD aktuelle Themen wie zum Beispiel die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund behandeln. Mit derartigen Angeboten wird es unter Umständen möglich sein, auch ältere Kinder und Jugendliche verstärkt an die ARD zu binden.

Da sich Jugendliche und junge Erwachsene schwerpunktmäßig für Unterhaltungssendungen interessieren, wird es nötig sein, das junge Publikum in diesem Bereich gezielter anzusprechen: Die ARD wird die Entwicklung entsprechender fiktionaler Formate, Shows und Events für jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer befördern und vermehrt im Programm erproben (siehe auch Leitlinien, Kap. 4, Unterhaltung). Darüber hinaus sollen junge Menschen auch mit Programmgenres angesprochen werden, die bei den 14- bis 29-Jährigen weniger populär sind. So wird die ARD versuchen, das junge Publikum beispielsweise mit Informationsformaten zu erreichen, die ihre Belange auf zielgruppenspezifische Weise thematisieren.

Das auf eine jugendliche Zielgruppe ausgerichtete Vorabendprogramm des Ersten wird hinsichtlich seiner Attraktivität sowie seines Mehrwerts für die Zielgruppe ständig überprüft. Ziel ist es, ein Vorabendprogramm aus einem Guss zu schaffen, das einen qualitativ und quantitativ über-

zeugenden Mix aus eingeführten und neu entwickelten Formaten bietet, ohne dabei sein öffentlich-rechtliches Profil aufzugeben.

Die Angebote der ARD werden grundsätzlich auf eine jugendaffinere Ausrichtung hin überprüft. Es ist davon auszugehen, dass in einem Programmumfeld mit jüngerer Gesamtanmutung auch Angebote genutzt werden, die sich nicht explizit an ein junges Zielpublikum richten.

Die ARD strebt die Entwicklung innovativer zielgruppenspezifischer Formate an und testet ihre Eignung für eine Platzierung beispielsweise im Umfeld von Sportübertragungen als dem Programmangebot, das von 14- bis 29-Jährigen im Ersten hauptsächlich genutzt wird.

Trickfilmproduktionen mit informierenden Elementen haben auch künftig im ARD-Kinderprogramm große Bedeutung: 2009 werden die Kinder im Ersten mit der zweiten Staffel von »Little Amadeus« an die klassische Musik herangeführt. Mit »Chi Rho« produziert der KI.KA 2009 in Kooperation mit der evangelischen und katholischen Kirche eine Abenteuer-geschichte, die Themen aus der Bibel zum Inhalt hat.

In Zukunft wendet sich die ARD verstärkt auch mit fiktionalen Programmen an die gesamte Familie. Für das Erste und den KI.KA werden unter dem Reihentitel »Sechs auf einen Streich« klassische Märchenstoffe neu verfilmt und im Feiertagsprogramm 2008/09 eingesetzt. Für die sechs Produktionen (von Frau Holle bis Tischleindeckdich u.Ä.) konnten hochkarätige Schauspielerensembles verpflichtet werden mit Mitwirkenden wie Christine Neubauer, Richy Müller, Friedrich von Thun, Ken Duken oder Felicitas Woll.

Der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor schädlichen Einflüssen durch Medien (Jugendmedienschutz) hat einen hohen Stellenwert in der ARD. Ein System bestehend aus der binnenpluralen Aufsicht der Rundfunkkräfte, klaren Verantwortlichkeiten in den Redaktionen sowie den Jugendschutzbeauftragten der Landesrundfunkanstalten als Ansprechpartnerinnen und -partner sowie Beraterinnen und Berater gewährleistet einen wirksamen Jugendmedienschutz in der ARD. Der Jugendmedienschutz bedarf der ständigen Reflexion und Weiterentwicklung, vor allem im Zeitalter des Internets, das den Jugendmedienschutz vor neue Herausforderungen stellt. Um diese Herausforderungen meistern zu können, wird die ARD die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Jugendschutzinstitutionen gemäß der Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags intensivieren. Die ARD wird darüber hinaus geeignete Maßnahmen für einen vorbeugenden Jugendmedienschutz verstärken. Zu diesem Zweck wird die ARD den Kontakt zu geeigneten Kultur- und Bildungsprojekten suchen bzw. ausbauen, um auf diese Weise die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen zu fördern. Damit werden diese bei der Entwicklung zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten unterstützt, die in der Lage sein sollen, Medienangebote nach ethischen Maßstäben zu bewerten. Dabei hat sich die Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz gleichermaßen an Kinder und Jugendliche sowie an Erwachsene (z. B. Eltern, Lehrerinnen und Lehrer, Erzieherinnen und Erzieher) zu richten, wie dies beispielsweise bereits in Kooperation mit der Initiative »Schau hin« geschieht. Gleichzeitig macht die ARD spezielle Angebote für Kinder, die sie an die Nutzung des Internets heranführen sollen.

Die Weiterentwicklung der Online-Aktivitäten ist auch im Jahr 2009 von zentraler Bedeutung. Kinder sind angewiesen auf die Förderung ihrer Medienkompetenz, insbesondere für die Nutzung des Internets. Ältere Kinder werden die

Möglichkeit bekommen, eigene Projekte online vorzustellen. Für jüngere Kinder werden die Onlineredaktionen von ARD und Ki.KA spezielle Angebote schaffen, die sie an die Nutzung des Internets heranführen. Inhalte sollen über das Internet zeitunabhängiger zur Verfügung gestellt werden, um den Nutzungsgewohnheiten in den Familien besser zu entsprechen.

## 6. REGIONALE KOMPETENZ

*Die ARD fühlt sich in ihrer föderalen Struktur dem Prinzip der Regionalität besonders verpflichtet. Profilierte Regionalberichterstattung gehört zu den wichtigsten Unterscheidungsmerkmalen der ARD im medialen Wettbewerb. Die ARD wird durch konsequente Vor-Ort-Präsenz auch weiterhin kompetent und authentisch über Gesellschaft und Kultur, Wirtschaft und Politik in den Regionen berichten und diese Kernkompetenz, insbesondere in den Dritten, weiter ausbauen. Die regionale Vielfalt spiegelt sich im Programm in allen Genres wider, wodurch im Falle des Gemeinschaftsprogramms 3sat auch das politische Leitbild vom »Europa der Regionen« aktiv befördert wird.*

Neun Regionalstudios und Redaktionsbüros des MDR werden mit zusätzlicher Videotechnik aufgerüstet, auch in der Volontärsausbildung wird verstärkt auf das Training zur Videojournalistin bzw. zum Videojournalisten gesetzt. Der NDR verstärkt weiter die Kompetenz der Regionalkorrespondentinnen und -korrespondenten. Im Rahmen des Strategieprojekts Trimedialität ist das Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern stellvertretend für die NDR Landesfunkhäuser an der Planung und Entwicklung eines Konzepts für eine engere Vernetzung regionaler Hörfunk-, Fernseh- und Online-Angebote beteiligt. Der SWR wird seine Regionalstudios in Rheinland-Pfalz bimedial ausbauen. Auch der RBB wird seine bimedialen Redaktionen weiter verstärken. Der SR intensiviert die Arbeit seines trimedialen Newsrooms als eine wichtige Investition in die Verbesserung der Informationsprogramme im regionalen Raum. Radio Bremen setzt auf sein neues multimediales Funkhaus.

Die ARD garantiert eine fundierte Berichterstattung über herausragende bzw. landestypische Ereignisse in den Regionen. Dabei ist das Themenspektrum weit gestreut: So wird der HR 2009 ausführlich vom Deutschen Turnfest in Frankfurt berichten. Der MDR plant zum 20. Jahrestag des Mauerfalls zahlreiche Sondersendungen und Beitragsreihen, so das Projekt »Tagebuch Mitteldeutschland« oder das »Erinnerungskonzert« aus der Nikolaikirche zu Leipzig mit dem Gewandhausorchester. Kulturelle Schwerpunkte werden 2009 beim MDR die Feierlichkeiten zum 90-jährigen Gründungsjubiläum des »Bauhaus« sein; außerdem der 250. Todestag von Georg Friedrich Händel, der 200. Geburtstag von Felix Mendelssohn Bartholdy, der 250. Geburtstag von Friedrich Schiller und der Festakt 600 Jahre Universität Leipzig. In 2010 steht das 300-jährige Jubiläum der Porzellanherstellung in Meißen im Mittelpunkt. 2009 realisiert der NDR 20 Jahre nach der friedlichen Revolution in der DDR ein umfangreiches trimediales Projekt in Hörfunk, Fernsehen und Internet unter dem Titel »20 Jahre Mauerfall«. Darüber hinaus wird 2009 beim NDR die Bundesgartenschau in Schwerin ebenso einen regionalen Schwerpunkt bilden wie 2010 die Landtagswahlen in Schleswig-Holstein, der Triathlon-Weltcup in Hamburg, das 25. Schleswig-Holstein Musik Festival und

das Jubiläum 1000 Jahre St. Michaelis Dom in Hildesheim. Der RBB wird sich zum 20. Jahrestag des Mauerfalls mit dem Wandel in der erstmals geteilten Stadt Berlin und den Umbrüchen in Brandenburg beschäftigen. Radio Bremen wird den evangelischen Kirchentag 2009 in Bremen in all seinen Facetten und auf allen Programmplattformen ausführlich darstellen. 2010 zeigt Radio Bremen die Abschlussparade der Windjammer von der maritimen Leistungsschau »Sail 2010« in Bremerhaven. Der SWR hat 2009/10 die Übertragung der Kult-Fastnachtssendung »Mainz bleibt Mainz« im Programm sowie den Gutenberg-Marathon in Mainz, die Kommunalwahlen in Rheinland-Pfalz, das 900-jährige Jubiläum des Wormser Doms, das Schillerjahr 2009, die »Heimattage« in Reutlingen, Mülheim und dem Markgräfler Land und das Jubiläum 50 Jahre SWF-Fernsehen aus dem Landesstudio Mainz. Der SR wird 2009 dem 30. Jubiläum des Max-Ophüls-Festivals als dem wichtigsten seiner Art für den deutschen Nachwuchsfilm besondere Aufmerksamkeit widmen. Der WDR, MDR, NDR, SR, RBB haben eigene Programmleitlinien verfasst, in denen sie ihre Aufgaben und Aktivitäten in der Region detailliert darstellen. Auf diese Papiere, die bei den jeweiligen Pressestellen der Landesrundfunkanstalten zu beziehen sind, sei an dieser Stelle weiterführend verwiesen.

Das Erste wird den regionalen Aspekt in allen Programmsparten hervorheben: sowohl im Informationsbereich als auch im fiktionalen Angebot, beim Sport ebenso wie bei der Kultur und Unterhaltung. Vom »Tatort« und »Polizeiruf 110« bis zu den volkstümlichen Musiksendungen, von der Reihe »Bilderbuch« bis zu den regional verankerten Hauptabendserien werden sich die Zuschauerinnen und Zuschauer in ihrer landestypischen Prägung im Programm wiederfinden. Die föderale Struktur der ARD wird auch im Bereich der politischen und Wirtschaftsmagazine des Ersten dafür sorgen, dass nah an den Menschen in den einzelnen Bundesländern und ihren spezifischen Leistungen und Problemen berichtet wird.

Auch 2009/10 wird die ARD in ihren Onlineangeboten eine enge Verzahnung der regionalen Inhalte aus Online, Fernsehen und Hörfunk leisten. In den Onlineportalen der Landesrundfunkanstalten werden die regionalen Inhalte strukturiert angeboten. Sie bilden die Basis für die Zusammenführung im Dachportal ARD.de. tagesschau.de bündelt die Nachrichten aus den Bundesländern unter tagesschau.de/regional.

## 7. INTEGRATION UND TEILHABE BEHINDERTER MENSCHEN

*Die Integration und Teilhabe behinderter Menschen stellt für die ARD eine Querschnittsaufgabe dar, die sie als Bestandteil ihres Auftrags erfüllt. In diesem Rahmen ist es der ARD ein Anliegen, behinderte Menschen zu fördern, in der Programmgestaltung zu berücksichtigen und ihr umfangreiches barrierefreies Angebot für Menschen mit Behinderungen in ihren Programmen und Angeboten weiter auszubauen.*

Die ARD nimmt ihre Verantwortung für behinderte Zuschauerinnen und Zuschauer unter anderem wahr, indem sie in ihren Programmen Berichte und Sendungen anbietet, die sich mit deren Situation auseinandersetzen und die betroffenen Menschen beteiligt.

Die ARD verpflichtet sich, Menschen mit Behinderung, den geltenden Gesetzen entsprechend, eine umfassende und

gleichberechtigte Teilhabe am Programm zu ermöglichen und ihnen einen barrierefreien Zugang zu Informationen zu ermöglichen.

Der ARD Text wird das im Bereich Live-Untertitelung erworbene Know-how erweitern, um qualitative Verbesserungen und weiteren Ausbau der Untertitelungen möglich zu machen.

Die ARD verfolgt das Ziel, Hörfilmfassungen nach den gängigen technischen Standards von geeigneten Fernsehfilmen und Spielfilmen für sehbehinderte und blinde Menschen dauerhaft anzubieten. Die technischen Probleme beim Empfang von Filmen mit Audiodeskription sollen so bald wie möglich gelöst werden.

Die Onlineredaktionen der ARD werden weiter entsprechend ihrem Maßnahmenkatalog zur Barrierefreiheit in weiteren Angebotsteilen Barrieren abbauen. Dies ist ein kontinuierlicher redaktioneller und technischer Prozess, der den jeweils aktuellen technischen Standards angepasst werden soll.

## 8. TRENNUNG VON WERBUNG UND PROGRAMM

*Die ARD wird dem Gebot einer klaren Trennung von Werbung und Programm als einem besonders wichtigen Grundsatz des öffentlich-rechtlichen Selbstverständnisses auch weiterhin ganz besondere Aufmerksamkeit widmen. Produktplatzierung gegen Entgelt – wie sie in der neuen EU-Mediendienste-Richtlinie erlaubt werden soll – wird es bei Eigen- und Auftragsproduktionen der ARD auf keinen Fall geben.*

Die ARD lehnt die in der Novellierung der EU-Fernsehrichtlinie (jetzt: Mediendienste-Richtlinie) vorgesehene Durchbrechung des in Deutschland seit jeher geltenden Trennungsgebotes von Werbung und Programm durch die Erlaubnis von Product Placement gegen Entgelt entschieden ab. Die ARD wird daher für den Fall einer Umsetzung dieser Regelung der Mediendienste-Richtlinie in nationales Recht auf den Einsatz von Product Placement gegen Entgelt in allen Eigen- und Auftragsproduktionen verzichten.

Die ARD wird Regeln und einheitliche Kriterien für die Gestaltung von Split Screen Werbung aufstellen, damit der Grundsatz der Trennung von Werbung und Programm auch im Rahmen dieser staatsvertraglich zulässigen Werbeförderung eine gesicherte, nachvollziehbare und adäquate Beachtung findet.

In Ratgeber-, Service- und Informationssendungen, in Kindersendungen sowie in Sendungen mit politischen Themen wird grundsätzlich auf die Ausstrahlung von Beiträgen verzichtet, die – jenseits herkömmlicher Produktionsverträge – von Dritten hergestellt und verbilligt oder unentgeltlich der Rundfunkanstalt zur Ausstrahlung angeboten werden. Beim Einsatz programmprägend tätiger freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird die ARD darauf achten, dass eine Beeinträchtigung des öffentlich-rechtlichen Programmprofils durch eine gleichzeitig ausgeübte Werbetätigkeit der freien Mitarbeiterin oder des freien Mitarbeiters unterbleibt.

Die ARD wird weiterhin auf Geldleistungen zur Unterstützung der Produktion von Sendungen (Produktionshilfe in Form eines Produktionskostenzuschusses) verzichten. Ferner bleiben die Voraussetzungen zur verbilligten oder unentgeltlichen Entgegennahme von Produktionsmitteln (Produktionshilfe in Form von Sachleistungen) strikt an das Verbot der Einschränkung der journalistischen Unabhängigkeit gebunden.

Die ARD wird beim Einsatz von Expertinnen und Experten als Co-Moderatorinnen und Co-Moderatoren – etwa im Sport – sicherstellen, dass diese bei der Co-Moderatorentätigkeit ausschließlich handelsübliche Kleidung tragen, die abgesehen von den markt- bzw. verkaufsüblichen Firmenschriftzügen bzw. Logos des Kleidungsherstellers keine eigenständigen Aufdrucke enthalten. Jede nachträgliche Anbringung von Werbeschriftzügen oder Logos wird untersagt.

Die ARD-Onlineangebote sind werbe- und sponsoringfrei. In einem zunehmend kommerzialisierten World Wide Web, in dem von vielen Anbietern zwischen Informationen und Werbung nicht getrennt wird und kommerzielle Interessen als Informationen getarnt werden, stehen die ARD-Angebote für Seriosität und Glaubwürdigkeit.

## 9. DIGITALE PERSPEKTIVEN

*Der freie Zugang zu den Fernseh- und Radio-Programmen und den Telemedien-Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist und bleibt im Prozess der Digitalisierung der Distributionswege sowie der damit einhergehenden Diversifizierung der inhaltlichen Angebotsformen und -strukturen die Grundanforderung der ARD.*

Die klassischen Bereitstellungsplattformen Satellit und Kabel sind seit der qualitativen Anpassung der SD-Sendesignale 2008 (»Qualitätsoffensive«) für die Anforderungen des Marktes umfassend ausgestattet. Die flächendeckende Verbreitung der DVB-T-Angebote wird Ende 2008 mit der Umstellung der letzten Versorgungsgebiete abgeschlossen sein.

Sobald die Fernseh-Haushalte nachweislich ausreichend digitalisiert sein werden, strebt die ARD ab 2010 die Abschaltung der analogen Satellitenversorgung an. Die ARD setzt dabei auf eine marktgetriebene Entwicklung, die durch flankierende Maßnahmen der Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer wie z.B. Information der Verbraucherinnen und Verbraucher, offene Endgerätemärkte und dem freien Zugang zu den Programmangeboten unterstützt werden sollte.

Die ARD befördert die Digitalisierung der Breitbandkabelnetze durch die Bereitstellung einer leistungsgebundenen Signalführung, verbunden mit der Nutzung effizienter Übertragungsverfahren, der vollständigen und unverschlüsselten Verfügbarkeit ihrer TV- und Hörfunkprogramme sowie der sukzessiven Einstellung der analogen Simulcast-Verbreitung der Programme der Landesrundfunkanstalten.

Das Erste wird von der Leichtathletik-WM 2009 in HDTV-Qualität senden und plant, den HDTV-Regelbetrieb mit den Übertragungen von den Olympischen Winterspielen 2010 in Vancouver, simulcast zur SDTV-Ausstrahlung, aufzunehmen.

In der Folge sollen zunehmend fiktionale und nonfiktionale Programme der Landesrundfunkanstalten sowie Sport- und aktuelle Programmformate in HD produziert und ausgestrahlt werden.

Die ARD reagiert auf die technologische Entwicklung des IPTV-Marktes sowie hybrider Endgeräte und stellt den Fernsehzuschauerinnen und -zuschauern ab 2009 nonlineare Programme in der 7-Tage-Verfügbarkeit für eine der linearen Ausstrahlung zeitnahe Nachnutzung auf fernsehzentrischen Plattformen, zumindest teilweise, zur Verfügung. Im Mobile TV DVB-H und DVB-T ist die ARD bestrebt, plattformspezifisch konfigurierte Inhalte sowohl für lineare als auch für nonlineare Angebotsstrukturen anzubieten.

Die inhaltliche Weiterentwicklung der Digitalprogramme EinsExtra, EinsFestival und EinsPlus, der von den Zuschauerinnen und Zuschauern zunehmend nachgefragten Spartenangebote des ARD-Senderverbundes, wird fortgesetzt.

»EinsExtra aktuell« soll in den kommenden Jahren als Marke für Information und Nachrichten in bewährter »Tagesschau«-Qualität am Markt auch bei einem größeren Publikum etabliert werden. Dafür soll geprüft werden, ob das Format auch an den Wochenenden angeboten werden kann. Der Informationskanal versteht sich dabei weiter als technischer Innovationsträger, der Marktentwicklungen beobachten und gegebenenfalls nutzen wird, um Nachrichten und Informationen auf jeder Plattform zur Verfügung zu stellen. Berücksichtigt werden soll dabei auch, wie und ob Zuschauerinnen und Zuschauer als Zulieferer von Inhalten eingebunden werden können. Auch in Zukunft wird die breitflächige Ereignisberichterstattung im Programm von EinsExtra keine entscheidende Rolle spielen. Sie bleibt grundsätzlich PHOENIX vorbehalten. Wichtige Ereignisse aus Politik, Gesellschaft, Sport und Wissenschaft wird Eins-Extra daher lediglich von Fall zu Fall und zeitlich begrenzt live übertragen. Börsen- und Wirtschaftsberichterstattung findet nachrichtenmäßig, nicht jedoch als »special interest«-Angebot« statt.

EinsFestival wird sein inhaltliches und technologisches Potenzial als Innovationskanal der ARD weiter ausbauen. In den digitalen TV-Haushalten erreicht EinsFestival heute nach dem KI.KA die jüngsten Zuschauerinnen und Zuschauer in der ARD und eignet sich dadurch nicht nur für die Erprobung neuer Technologien wie HDTV, sondern auch für junges, experimentelles öffentlich-rechtliches Fernsehen.

Ziel ist es, die Marke EinsPlus zu einem umfassenden tagesaktuellen Portal für Service, Ratgeber, Wissen und Lebenshilfe auszubauen und noch stärker als bisher im Bewusstsein der Zuschauerinnen und Zuschauer zu verankern. Zusätzlich zu den aus dem Ersten und den Dritten Programmen übernommenen Marken wird sich EinsPlus deutlicher als bisher durch exklusiv produzierte Sendungen als eigenständiges Angebot im Markt profilieren.

Mit dem für Ende 2010/2011 auch von der ARD angestrebten Umstieg in die ausschließlich digitale Satelliten-Verbreitung sowie mit der Einstellung des analogen Simulcast-Betriebs im Breitbandkabelnetz wird der ARD-Senderverbund, seiner Marktstellung entsprechend, wichtige Rahmenbedingungen für einen erfolgreichen Fortgang des Digitalisierungsprozesses schaffen.

#### **Telemedien-Angebote/Onlineangebote:**

Die ARD verpflichtet sich, ihre gebührenfinanzierten Inhalte über ihre Onlineangebote mehr Menschen in flexibler Form unabhängig von Sendezeit, Empfangsgerät und Aufenthaltsort zugänglich zu machen. Auf der Basis des technischen Fortschritts bekommen die Gebührentzahlerinnen und -zahler damit Programm zur frei verfügbaren Nutzung zurück, das sie selbstbestimmt abrufen können. Gerade Qualitätsprogramme für kleinere Publika profitieren von einer zeitunabhängigen Nutzung und können so mehr Menschen erreichen. Dazu muss die ARD ihre qualitativ hochwertigen Angebote den dynamischen Entwicklungen der Technik und der Online-Formate anpassen können. Zu diesem Zweck wird sie ihre Mediatheken weiter optimieren. Dabei achtet die ARD darauf, Audios und Videos nur einmal fürs Internet zu erstellen, sie jedoch über verschiedene Zugänge anzubieten (Mehrfachnutzung der Inhalte). Die dafür notwendigen

einheitlichen Standards in der Produktion, Kennzeichnung und Archivierung werden kontinuierlich überprüft und aktualisiert.

Mit diesen Aktivitäten will die ARD der gewachsenen Bedeutung der Onlineangebote durch die gleichrangige Beauftragung zur Veranstaltung journalistisch-redaktioneller Telemedien-Angebote im Rahmen des neuen Rundfunkänderungsstaatsvertrages Rechnung tragen. Wie in »Die ARD in der digitalen Medienwelt« dargelegt, soll die Mediathek weiterentwickelt und mit neuen Formen der Partizipation dem geänderten Nutzerverhalten entsprechen werden. Dazu gehören Online-Communities und Plattformen für den Austausch von Inhalten und Meinungen.

Die ARD wird ihren Auftrag im Bereich der Telemedien unabhängig von den Diskussionen um den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eigenverantwortlich beschreiben und ausfüllen. Dazu gehören Eckpunkte eines publizistischen Konzepts zur Verweildauer von Inhalten ebenso wie eine Negativliste, in der festgehalten wird, welche Inhalte die ARD in ihren Telemedienangeboten nicht vorhalten wird. Ferner wird sie für online verfügbare Archive definieren, nach welchen Kriterien zeit- und kulturgeschichtlich Inhalte zum Beispiel zu Wissens- und Bildungszwecken oder aus besonderen gesellschaftlichen Interessen den Nutzerinnen und Nutzern zur Verfügung stehen sollen. Ein Zugang zum Sendungsarchiv oder Rundfunkarchiv einer Rundfunkanstalt wird damit nicht gewährt.