

# **Beschluss**

**zu dem Teil-Telemedienangebot**

**rbb Mediathek**

**in der Fassung des Telemedienkonzepts  
von Februar 2011**

**Rundfunkrat des Rundfunk Berlin-Brandenburg  
Masurenallee 8 - 14, 14057 Berlin**

**Berlin, 8. September 2011**

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>ENTSCHEIDUNG</b>	<b>1</b>
<b>BEGRÜNDUNG</b>	<b>2</b>
Aufbau der Entscheidungsbegründung	2
Ergebnis	2
Rechtlicher Rahmen	2
I. Dreistufentest-Verfahren nach dem RStV	2
II. Gegenstand des Dreistufentest-Verfahrens	3
<b>DIE BEGRÜNDUNG IM EINZELNEN</b>	<b>4</b>
<b>A) Prüfungsgegenstand</b>	<b>4</b>
I. Zielgruppe	4
II. Inhalt	4
III. Ausrichtung	4
IV. Formate und Bestandteile	4
V. Verbreitungswege	5
VI. Verweildauerkonzept	5
<b>B) Verfahren</b>	<b>6</b>
I. Verfahrensablauf	6
II. Verfahrensrügen Dritter	7
1. Fristen	7
a) Stellungnahme VPRT	7
b) Entscheidung des Rundfunkrates	7
2. Weitere Verfahrensrügen	8
<b>C) Die Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV</b>	<b>11</b>
<b>Erste Stufe: Demokratische, soziale und kulturelle Bedürfnisse</b>	<b>11</b>
I. Allgemeine Anforderungen, § 11 RStV	11
1. Stellungnahme des VPRT	12
2. Ausführungen der Intendantin	12
3. Entscheidung des Rundfunkrates	13
II. Telemedienspezifische Anforderungen, § 11d Abs. 3 RStV	14
1. Stellungnahme des VPRT	14
2. Ausführungen der Intendantin	15
3. Entscheidung des Rundfunkrates	15
III. Kein Verstoß gegen gesetzliche Ge- und Verbote	17
1. Journalistisch-redaktionelle Veranlassung und Gestaltung	17
a) Stellungnahme des VPRT	18
b) Ausführungen der Intendantin	18

c)	Entscheidung des Rundfunkrates	18
2.	Verweildauer	18
3.	Kein nichtsendungsbezogenes presseähnliches Angebot	19
a)	Stellungnahme des VPRT	19
b)	Ausführungen der Intendantin	19
c)	Entscheidung des Rundfunkrates	19
4.	Keine Werbung, kein Sponsoring	19
5.	Kein Abruf angekaufter Spielfilme und Serien	19
6.	Keine flächendeckende lokale Berichterstattung	20
a)	Stellungnahme des VPRT	20
b)	Ausführungen der Intendantin	20
c)	Entscheidung des Rundfunkrates	20
7.	Kein Verstoß gegen die Negativliste	20
a)	Stellungnahme des VPRT	21
b)	Ausführungen der Intendantin	21
c)	Entscheidung des Rundfunkrates	21
<b>Zweite Stufe: Beitrag zum publizistischen Wettbewerb</b>		<b>22</b>
I.	Marktliche Auswirkungen	22
1.	Stellungnahme des VPRT	22
2.	Gutachten	22
a)	Methodik	23
b)	Ergebnis	23
3.	Ausführungen der Intendantin	24
4.	Entscheidung des Rundfunkrates	25
II.	Publizistischer Beitrag	26
1.	Stellungnahme des VPRT	26
2.	Ausführungen der Intendantin	27
3.	Entscheidung des Rundfunkrates /Bewertung des publizistischen Nutzens (Abwägungsprozess)	29
a)	Begründung des Verweildauerkonzepts	29
b)	Grad der marktlichen Auswirkungen	30
c)	Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs und Vergleich mit den publizistischen Wettbewerbern	30
III.	Meinungsbildende Funktion anhand vorhandener vergleichbarer Öffentlich-rechtlicher und privater Angebote	34
IV.	Publizistischer Beitrag - Gesamtergebnis	34
<b>Dritte Stufe: Der finanzielle Aufwand</b>		<b>35</b>
I.	Stellungnahme des VPRT	35
II.	Ausführungen der Intendantin	35
III.	Entscheidung des Rundfunkrates	37
<b>D. Gesamtergebnis</b>		<b>39</b>

**Beschluss des rbb-Rundfunkrates zu dem Teil-Telemedienangebot  
rbb Mediathek  
in der Fassung des Telemedienkonzepts  
von Februar 2011**

**Berlin, 8. September 2011**

**ENTSCHEIDUNG**

Der **rbb**-Rundfunkrat stellt fest, dass das Teilangebot **rbb** Mediathek in der Fassung des Telemedienkonzepts von Februar 2011 den Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV entspricht und daher vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst ist. Der **rbb** hat jedoch zu berücksichtigen, dass

1. der **rbb**-Rundfunkrat insbesondere über die Entwicklung und Planung neuer Technologien sowie neuer und optimierter Verbreitungswege frühzeitig zu informieren ist, damit er anhand der maßgeblichen Kriterien entscheiden kann, ob ein neues Dreistufentest-Verfahren einzuleiten ist;

(Die Intendantin hat auf diese Forderung des **rbb**-Rundfunkrates hin mit Schreiben vom 18. Juli 2011 eine entsprechende Unterrichtung bereits zugesagt.)

2. für den Fall, dass der im Telemedienkonzept ausgewiesene Aufwand preisbereinigt<sup>1</sup> um 10 Prozent überschritten wird, die Intendantin dem **rbb**-Rundfunkrat eine Erläuterung vorzulegen hat. Der **rbb**-Rundfunkrat prüft auf Grundlage dieser Erläuterung, ob die Kriterien für ein neues Dreistufentest-Verfahren gemäß **rbb**-Verfahrensregeln erfüllt sind.

Darüber hinaus wird der **rbb**-Rundfunkrat in Erfüllung seiner nach § 13 **rbb**-Staatsvertrag übernommenen Aufgaben das Angebot im Rahmen nachlaufender Programmkontrolle weiter überwachen.

---

<sup>1</sup> Für die Bestimmung der 10-Prozent-Grenze erfolgt eine Bereinigung um die rundfunkspezifische Teuerungsrate, welche im Bericht der KEF für ARD und ZDF veröffentlicht wird.

## **BEGRÜNDUNG**

### **AUFBAU DER ENTSCHEIDUNGSBEGRÜNDUNG**

Der Entscheidungsbegründung vorangestellt sind das Ergebnis der Prüfung sowie Erläuterungen zu dem rechtlichen Prüfungsrahmen des Dreistufentest-Verfahrens. Im Rahmen der sich anschließenden Entscheidungsbegründung erläutert der **rbb**-Rundfunkrat unter lit. A) den Prüfungsgegenstand, unter lit. B) das Verfahren und unter lit. C) die Prüfung der drei Stufen und damit die Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 Rundfunkstaatsvertrag (im Folgenden: RStV). Soweit vorhanden, werden jedem Prüfungspunkt die entsprechenden Stellungnahmen Dritter und die Ausführungen der Intendantin bzw. des Gutachters zugeordnet. Unter lit. D) findet sich eine abschließende Zusammenfassung des Gesamtergebnisses.

### **ERGEBNIS**

Der **rbb**-Rundfunkrat ist unter Berücksichtigung der Stellungnahme des VPRT, der als einziger Dritter eine Stellungnahme abgegeben hat, des marktlichen Gutachtens sowie der Kommentierungen der Intendantin zu der Stellungnahme des VPRT und zu dem marktlichen Gutachten und der zusätzlichen Ausführungen der Intendantin zu der Überzeugung gelangt, dass das Teilangebot **rbb** Mediathek in der Fassung des Telemedienkonzepts von Februar 2011 vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst ist. Dabei stellt er ausdrücklich klar, dass es sich bei der **rbb** Mediathek lediglich um ein Angebotsformat bzw. Teilangebot des Gesamt-Telemedienangebotes **rbbonline** handelt.

### **RECHTLICHER RAHMEN**

#### **I. Dreistufentest-Verfahren nach dem Rundfunkstaatsvertrag**

Ist ein neues Telemedienangebot oder die Veränderung eines bestehenden Telemedienangebotes geplant, hat die Rundfunkanstalt gemäß § 11f Abs. 4 RStV gegenüber ihrem zuständigen Gremium darzulegen, dass das geplante, neue oder veränderte, Angebot vom Auftrag umfasst ist. Es sind Aussagen darüber zu treffen,

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

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

## **II. Gegenstand des Dreistufentest-Verfahrens**

Gegenstand des Verfahrens ist das vom **rbb** vorgelegte Telemedienkonzept in seiner zum Zeitpunkt der Entscheidung geltenden Fassung.

Die Überprüfung der Umsetzung des geplanten Angebots an das genehmigte Telemedienkonzept bzw. der Einhaltung der Grenzen in der Zukunft ist Aufgabe der nachlaufenden Programmkontrolle durch die Gremien.

## DIE BEGRÜNDUNG IM EINZELNEN

### A) Prüfungsgegenstand<sup>2</sup>

#### I. Zielgruppe

Die Zielgruppe entspricht im Wesentlichen den Zielgruppen der linearen Radio- und Fernsehprogramme des **rbb** sowie den im Telemedienkonzept zu **rbbonline** beschriebenen Zielgruppen der Online-Auftritte.<sup>3</sup> Es sollen auch diejenigen angesprochen werden, die bislang wenig Interesse an den linearen Radio- und Fernsehprogrammen gehabt haben. Nutzergruppen, die sich bisher auf einzelne Sendungen konzentriert haben, sollen über die **rbb** Mediathek auch andere Programmangebote kennenlernen.

#### II. Inhalt

Inhalte werden die für das Internet aufbereiteten Sendungen und Beiträge der linearen Radio- und Fernsehprogramme des **rbb** sein. Auch speziell für die Online-Angebote produzierte audiovisuelle Inhalte und webspezifische Formate werden in der **rbb** Mediathek zur Verfügung gestellt werden. Als Beispiele nennt der **rbb** programmbegleitende Videoproduktionen wie Interviews mit Studiogästen.

Mit der **rbb** Mediathek werden die Inhalte untereinander verlinkt und nach verschiedenen Kriterien sortiert rund um die Uhr abrufbar sein. Livestreams, die ebenfalls angeboten werden sollen, werden nur zeitgleich zur Ausstrahlung in Hörfunk oder Fernsehen abrufbar sein.

#### III. Ausrichtung

Die **rbb** Mediathek bündelt und konzentriert die Berichterstattung an Audios, Videos und audiovisuellen Gestaltungsformaten des **rbb**. Die redaktionelle Themensetzung ermöglicht den Nutzern<sup>4</sup> einen schnellen Zugang zur Berichterstattung über Berlin und Brandenburg, insbesondere aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Kultur, aber auch zu Service, Freizeit und Sport. Die Inhalte der **rbb** Mediathek werden nach redaktionell-journalistischen Vorgaben ausgewählt. Dies gilt insbesondere für die Zusammenstellung auf den Übersichtsseiten. Für diese Auswahl sind Aktualität und Regionalität maßgebend. Daneben finden sich die für eine Mediathek typischen Darstellungs- und Sortierungsmöglichkeiten.

#### IV. Formate und Bestandteile

Die Inhalte werden über unterschiedliche Formate zugänglich gemacht. Videos sind meist Fernsehmitschnitte. Im Audibereich werden Beiträge aus den Radioprogrammen als Podcasts und Audio on Demand präsentiert. Alle Inhalte werden mit

---

<sup>2</sup> Telemedienkonzept, S. 8 ff.

<sup>3</sup> Telemedienkonzept zu **rbbonline**, S. 16 ff.

<sup>4</sup> „Nutzer“ steht im Folgenden sowohl für die männliche als auch für die weibliche Form

Metadaten wie beispielsweise Beschreibungstexten versehen. Die Radioprogramme werden als Livestream abrufbar sein. Zu einzelnen Veranstaltungen und besonderen Anlässen werden Livestreams von Fernsehprogrammen angeboten. Auch Loopstreams werden in der **rbb** Mediathek abrufbar sein.

Die Mediathek wird eine Navigation, strukturierte Such- und Filterfunktionen sowie Verteil- und Übersichtsseiten bieten. Diese Seiten unterteilen sich in Seiten und Module mit redaktioneller Pflege und in Seiten, die durch die Aktivitäten der Nutzer bzw. durch die Auswertung des Nutzerverhaltens gesteuert werden. Die Einstiegsseite wird Teaser für aktuelle Audios und Videos sowie Schwerpunktthemen enthalten. Die Nutzerführung soll optisch ansprechend sein, beispielsweise durch Co-verflows. Hauptbereiche der **rbb** Mediathek werden „Fernsehen/Videos“ und „Radio/Audios“ sowie eine Suchfunktion sein. Zur Auffindbarkeit der Inhalte werden verschiedene Orientierungsmöglichkeiten angeboten wie beispielsweise eine alphabetische Sortierung, eine Kalenderfunktion, eine thematische Auswahl über Stichworte in Tag-Clouds sowie weitere Filterfunktionen wie der Abruf der am häufigsten angesehenen oder am besten bewerteten Beiträge oder eine Sortierung nach Programm und Genres im Podcast-Bereich. Ausgewählte Videos und Audios werden auf der Player-Seite dargestellt und mit Informationen und weiteren verwandten Themen und Beiträgen ergänzt. Die Nutzer können die Inhalte bewerten, kommentieren, weiterempfehlen, verlinken oder mit einer sog. Social Bookmarking-Funktion in einem Social Network auf das jeweilige Angebot hinweisen.

## V. Verbreitungswege

Die Inhalte der **rbb** Mediathek werden auf verschiedenen Plattformen und Auspielwegen publiziert. An neue Techniken passt der **rbb** Inhalte und Formate entsprechend an. Seit September 2010 betreibt der **rbb** das Pilotprojekt HbbTV<sup>5</sup>. Diese Technik ermöglicht die Nutzung der Inhalte auf einem internettauglichen - hybriden - Fernsehgerät und die Verbreitung von digitalem Videotext in HD-Programmen. Die **rbb** Mediathek soll die inhaltliche Basis für die künftige Darstellung von AV-Medien in HbbTV-tauglichen Fernsehgeräten sein. Der **rbb** plant zudem Apps, um beispielsweise Radio-Livestreams über Smartphones mobil nutzbar machen zu können.

## VI. Verweildauerkonzept

Für sämtliche Inhalte der **rbb** Mediathek gilt das bereits in dem Dreistufentest-Verfahren zu **rbb**online geprüfte und genehmigte Verweildauerkonzept.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> HbbTV = Hybrid Broadcast Broadband TV

<sup>6</sup> Telemedienkonzept zu **rbb**online, Stand 2010, S. 32 ff.



## **B) Verfahren**

### **I. Verfahrensablauf**

Verantwortlich für die Durchführung des Genehmigungsverfahrens zu dem Teilangebot **rbb** Mediathek ist gemäß § 11 f Abs. 4 und 5 RStV in Verbindung mit Ziffer II (2) der Verfahrensvorschriften zum Genehmigungsverfahren des **rbb** für neue und veränderte Telemedien und für ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme (im folgenden „**rbb**-Verfahrensregeln“) der **rbb**-Rundfunkrat, dessen Telemedien-Ausschuss unter Vorsitz von Hans Helmut Prinzler das Verfahren steuerte sowie die Entscheidungen des **rbb**-Rundfunkrates vorbereitete.

Am 2. März 2011 legte die Intendantin dem **rbb**-Rundfunkrat die Angebotsbeschreibung/das Telemedienkonzept für die **rbb** Mediathek vor. Daraufhin leitete der **rbb**-Rundfunkrat das Dreistufentest-Verfahren mit Beschluss vom 7. April 2011 ein.

In Abstimmung mit der Intendantin erstellte der Ausschuss einen Ablaufplan für das Verfahren.

Am 11. März 2011 startete ein nichtförmliches Interessenbekundungsverfahren, das am 25. März 2011 endete und mit dem der **rbb**-Rundfunkrat Unternehmen bzw. Institute suchte für die Erstellung eines Gutachtens zu den marktlichen Auswirkungen der **rbb** Mediathek. Insgesamt gingen fünf Bewerbungen ein. Der **rbb**-Rundfunkrat entschied sich am 5. Mai 2011 nach einer Anhörung der Bewerber im Telemedien-Ausschuss am 12. April 2011 für die Goldmedia GmbH, Oranienburger Straße 27 in 10117 Berlin. Den Namen des Gutachters gab er auf der Unternehmensseite des **rbb** unter [www.rbb-online.de](http://www.rbb-online.de) bzw. [rbb-rundfunkrat.de](http://rbb-rundfunkrat.de) bekannt.

Der **rbb**-Rundfunkrat veröffentlichte das Telemedienkonzept gemäß § 11 Abs. 5 RStV in Verbindung mit Ziffer II (3) der **rbb**-Verfahrensregeln am 7. April 2011 für sechs Wochen bis zum 20. Mai 2011 auf den Internetseiten des **rbb**-Rundfunkrates ([www.rbb-rundfunkrat.de](http://www.rbb-rundfunkrat.de)) und forderte Dritte zur Stellungnahme auf. Ergänzend wies er hierauf mit einer Pressemitteilung hin. Den **rbb**-Rundfunkrat erreichte eine Stellungnahme - die Stellungnahme des VPRT (Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V.)

Alle Mitglieder des **rbb**-Rundfunkrates gaben gemäß Ziffer II (4) der **rbb**-Verfahrensregeln eine schriftliche Vertraulichkeitserklärung ab, mit der sie sich zur unbedingten Vertraulichkeit und Verschwiegenheit bezüglich etwaiger Geschäftsgeheimnisse Dritter verpflichteten.

Gemäß Ziffer II (6) der **rbb**-Verfahrensregeln leitete der **rbb**-Rundfunkrat die Stellungnahme des VPRT an die Gutachter weiter. Das Gutachten in seiner Endfassung präsentierten die Gutachter fristgemäß in der Sitzung des Rundfunkrates am 30. Juni 2011.

Die Stellungnahme des VPRT und das marktliche Gutachten leitete der **rbb**-Rundfunkrat unverzüglich nach Erhalt an die Intendantin zur Kommentierung weiter (vgl. Ziffer II (7) der **rbb**-Verfahrensregeln). Am 1. Juli 2011 übergab die Intendantin dem Rundfunkrat ihre Kommentierung zu der Stellungnahme des VPRT und am 24. August 2011 ihre Kommentierung zu dem marktlichen Gutachten.

Der Vorsitzende des Rundfunkrates stellte sämtliche für die Befassung erforderlichen Unterlagen allen am Verfahren beteiligten Gremien zentral zugänglich über einen Sharepoint zur Verfügung (vgl. Ziffer II (7) der **rbb**-Verfahrensregeln).

Während des Verfahrens erbat der Telemedien-Ausschuss weitere Erläuterungen von der Intendantin. Der **rbb**-Rundfunkrat berücksichtigte diese in seiner Entscheidungsfindung.

Der Telemedien-Ausschuss befasste sich in seinen Sitzungen am 10. März, 12. April, 28. Juni und 25. August 2011 mit dem Telemedienkonzept zur **rbb** Mediathek, mit der Stellungnahme des VPRT, mit dem marktlichen Gutachten sowie mit den Kommentierungen und den weiteren Ausführungen der Intendantin. Die Ergebnisse des marktlichen Gutachtens beriet der Rundfunkrat in seiner Sitzung am 30. Juni 2011 im Rahmen der Präsentation des Gutachtens.

## **II. Verfahrensrügen Dritter**

### **1. Fristen**

Gemäß § 11f Abs. 5 RStV und Ziffer II (4) der **rbb**-Verfahrensregeln muss die Frist zur Stellungnahme Dritter mindestens sechs Wochen betragen.

#### **a) Stellungnahme des VPRT**

Der VPRT verweist in seiner Stellungnahme hinsichtlich der „Auswertungsfristen“ auf seine Anmerkungen in den Dreistufentest-Verfahren zu **rbbonline** und **rbbtext**. Die dort gewährte achtwöchige Frist sei zu kurz gewesen angesichts des Gesamtumfanges der vorgelegten Vielzahl von Telemedienkonzepten und der in diese Zeit fallenden Sommerferien.<sup>7</sup>

#### **b) Entscheidung des rbb-Rundfunkrates**

Die Stellungnahmefrist betrug im Verfahren zur **rbb** Mediathek sechs Wochen und entspricht somit den gesetzlichen Vorgaben. Solange die gesetzliche Frist eingehalten wird, besteht kein Anlass für die Annahme eines Verfahrensmangels.<sup>8</sup> Erst recht haben Dritte keinen Anspruch auf Fristverlängerung. Vielmehr steht es ausschließlich im Ermessen des Rundfunkrates, die Frist zu verlängern, denn die Einbeziehung der Stellungnahmen Dritter dient allein der Information der Gremienmit-

---

<sup>7</sup> Stellungnahme VPRT zu **rbbonline** und **rbbtext**, S. 10

<sup>8</sup> so u.a. auch Knothe, Matthias (Jurist im Medienreferat der Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein) in epd Medien 60/2009, S. 5, 6 „Zum Gutachten Dörr in Sachen Drei-Stufen-Test“

gliedert<sup>9</sup>. Einer Verlängerung bedurfte es jedoch nicht, denn das Telemedienkonzept zur **rbb** Mediathek ist im Vergleich zu den Konzepten zu **rbbonline** und **rbbtext** kurz. Hinzu kommt, dass es sich in diesem Fall nur um ein einziges Dreistufentest-Verfahren handelt und nicht - wie seinerzeit - um vier Parallelverfahren. Darüber hinaus fiel die Stellungnahmefrist auch nicht in die Sommerferien. Längere Fristen gefährdeten zudem die Einhaltung des Zeitplans. Ziffer II (11) der **rbb**-Verfahrensregeln schreibt insoweit vor, dass das Verfahren innerhalb von sechs Monaten abgeschlossen sein soll. Der Rundfunkrat kann somit hinsichtlich der Stellungnahmefrist keinen Verfahrensfehler erkennen.

Die Stellungnahme des VPRT erreichte den Rundfunkrat im Übrigen erst am 23. Mai 2011. Dennoch hat der Rundfunkrat diese Stellungnahme berücksichtigt.

## 2. Weitere Verfahrensrügen

Der VPRT schreibt in seiner Stellungnahme: „Zu den allgemeinen Punkten des Dreistufen-Test-Verfahrens, wie u. a. die vorgesehenen Auswertungsfristen, mögliche Verstöße gegen die Negativliste sowie das Verbot flächendeckender Lokalberichterstattung und die Herausstellung der Werbefreiheit als Alleinstellungsmerkmal verweisen wir auf unsere Anmerkungen in den Dreistufentestverfahren zu „rbb online“ und „rbb text“ vom 29. Juli 2009. Weiter führt er aus, die Genehmigung der Angebotsbeschreibung habe zur Folge, dass das Anbieten der **rbb** Mediathek über alle möglichen Verbreitungswege und Plattformen unbegrenzt möglich sei. Im Konzept würden zudem für die stärkere Individualisierung, die der VPRT ohnehin kritisierte, und die technische Ausrichtung keine Grenzen gesetzt. Eine Bewertung des publizistischen Mehrwertes sei somit nicht ausführbar.<sup>10</sup> Das Konzept müsse nachgebessert werden.<sup>11</sup>

Die Intendantin verweist insoweit auf ihre Kommentierungen zu **rbbonline** und **rbbtext** sowie auf den Allgemeinen Teil der ARD-Komentierung der Stellungnahmen Dritter zu den ARD-Telemedienangeboten, u. a. zu ARD Text / ARD Portal/iTV und EPG vom Oktober 2009. Dieser Verweis gilt darüber hinaus für alle grundsätzlichen Aspekte, auf die der VPRT über seinen Verweis Bezug nimmt.

Der **rbb**-Rundfunkrat verweist ebenso vollumfänglich auf seine entsprechenden Ausführungen in den Entscheidungsbegründungen zu **rbbonline** und **rbbtext**.<sup>12</sup>

Insbesondere hält der Rundfunkrat das Telemedienkonzept für hinreichend konkret im Sinne von § 11f Abs. 1 RStV und Ziffer II (1) a) der **rbb**-Verfahrensregeln. Danach muss die Landesrundfunkanstalt die inhaltliche Ausrichtung ihrer Telemedien nach § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 und 4 RStV jeweils in Telemedienkonzepten konkretisieren, die Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauer der geplanten Angebote näher beschreiben. § 11f Abs. 4 RStV sowie Ziffer II (1) b) der **rbb**-Verfahrensregeln regeln darüber hinaus, dass auch Aussagen über die drei Stufen

---

<sup>9</sup> wie vor; Peters, Öffentlich-rechtliche Online-Angebote – Was dürfen die Rundfunkanstalten im Netz?, 1. Aufl. 2010, Rn. 407; amtliche Begründung zum 12. RÄStV, zu § 11f Abs. 5

<sup>10</sup> Stellungnahme VPRT, S. 1 f.

<sup>11</sup> Stellungnahme VPRT, S. 1, 2

<sup>12</sup> Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, Ziffer II, S. 12 ff. und zu **rbbtext**, Ziffer II, S. 10 ff.

zu treffen sind und dass dabei Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote, die marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots sowie dessen meinungsbildende Funktion zu berücksichtigen sind. Darzulegen ist ebenfalls der voraussichtliche Zeitraum, innerhalb dessen das Angebot stattfinden soll.

Das Telemedienkonzept erfüllt diese Voraussetzungen. Es genügt insoweit ein mittleres Abstraktionsniveau. Hiermit hat sich der Rundfunkrat bereits in seiner Entscheidungsbegründung zu **rbbonline** ausgiebig auseinandergesetzt. Er verweist daher auf seine dortigen Ausführungen.<sup>13</sup> Für ein zukünftiges Angebot, das noch nicht einmal umgesetzt ist, muss dies erst recht gelten.

Gleiches gilt für die von dem VPRT angesprochene Thematik der Weiterentwicklung der **rbb** Mediathek, die die Intendantin in dem Telemedienkonzept für die Zukunft ankündigt, sowie für eine angeblich grenzenlose technische Ausgestaltung.<sup>14</sup> Zukünftige Entwicklungen können nicht im Einzelnen beschrieben werden, denn den Rundfunkanstalten muss für ihre Arbeit ein ausreichender Entwicklungskorridor zugestanden werden. Auch muss der **rbb** auf technische Entwicklungen flexibel reagieren können, da dies zur adäquaten Auftragserfüllung erforderlich ist. Ebenso zulässig ist das Ausspielen über verschiedene Verbreitungswege und Plattformen. Die EU-Kommission (unter anderem in dem Beihilfekompromiss vom 24. April 2007) und das Bundesverfassungsgericht haben die Technikneutralität des öffentlich-rechtlichen Angebots ausdrücklich anerkannt und festgestellt, dass die Bestands- und Entwicklungsgarantie auch für „neue Verbreitungsformen“ gilt.<sup>15</sup> Der Rundfunkrat verweist auch in diesem Zusammenhang auf seine weiteren Ausführungen in seiner Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**.<sup>16</sup> Zu der von dem VPRT vorgebrachten Kritik hinsichtlich zunehmender Individualisierung verweist der Rundfunkrat auf Seite 13, lit. C) Ziffer I.3 und zu dem von dem VPRT geforderten publizistischen Mehrwert auf Seite 29, lit. C) Ziffer III.2 der Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**.

Vorsorglich hat der Rundfunkrat die Intendantin - wie in dem Verfahren zu **rbbonline** - mit Schreiben vom 6. Juli 2011 aufgefordert, ihn so früh wie möglich insbesondere über die Entwicklung und Planung neuer Technologien sowie neuer und optimierter Verbreitungswege zu informieren. Die Intendantin sagte dies mit ihrem Schreiben vom 18. Juli 2011 zu. Sie wies in diesem Schreiben - zutreffend - darauf hin, dass sie den Rundfunkrat in ihrem regelmäßigen Bericht umfassend über alle programmlichen Entwicklungen, auch im Online-/Telemedienbereich, unterrichtete. Die Intendantin kündigte in diesem Zusammenhang auch die Planung von Apps an, um beispielsweise Radio-Livestreams über Smartphones mobil zur Verfügung stellen zu können. Darüber hinaus beabsichtige der **rbb**, die seit der IFA 2010 im Pilotbetrieb laufende **rbb** Mediathek via HbbTV mit Abschluss des Dreistufentest-Verfahrens zur **rbb** Mediathek in den Regelbetrieb zu überführen. Der **rbb**-Rundfunkrat ist der Ansicht, dass es sich sowohl bei den geplanten Apps als auch bei der Verbreitung der **rbb** Mediathek über HbbTV lediglich um alternative Verbreitungswege handelt, die - wie bereits dargestellt - zulässig sind.

<sup>13</sup> Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, B II.3, S. 18 ff.

<sup>14</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 6, S. 15

<sup>15</sup> u.a. BVerfGE 83, 238; BVerfG, 1 BvR 2270/05 v. 11. September 2007, Absatz-Nr. 123

<sup>16</sup> Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, B II.3 c) bb) und ff), S. 20 ff.

Die Aufforderung zu frühest möglicher Information hat der Rundfunkrat in den Tenor seiner begründeten Entscheidung aufgenommen.

Die Befürchtung des VPRT, bei Genehmigung des Telemedienkonzepts sei das Anbieten der **rbb** Mediathek unbegrenzt möglich, ist damit unbegründet. Der Rundfunkrat wird bei entsprechender Veranlassung prüfen, ob nach den Kriterien des § 11f Absatz 3 Satz 2 RStV in Verbindung mit Ziffer I (2) a) und b) der **rbb**-Verfahrensregeln ein neues Angebot vorliegt, das einen Dreistufentest erfordert. Darüber hinaus wird der Rundfunkrat die **rbb** Mediathek im Wege nachlaufender Programmkontrolle beobachten.

Zu der Frage, ob die Intendantin bereits in dem Telemedienkonzept Aussagen zu den marktlichen Auswirkungen treffen muss, verweist der Rundfunkrat auf lit. B) II.3 c gg, Seite 23 der Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**. Dort führt er unter entsprechender Begründung aus, dass die Einholung der Stellungnahmen Dritter, der Kommentierungen der Intendantin und der Gutachten der Information des Rundfunkrates dienen soll. Wichtig ist also einzig, dass der Rundfunkrat rechtzeitig vor seiner Entscheidungsfindung umfassend informiert ist. Es genügt daher, dass die Intendantin - wie hier geschehen - ihre Stellungnahme zu etwaigen marktlichen Auswirkungen später, aber noch vor der Entscheidung des Rundfunkrates, nachreicht.<sup>17</sup>

Zur Frage der voraussichtlichen Dauer der Vorhaltung ergibt sich aus dem Telemedienkonzept, dass die Mediathek auf Dauer angeboten werden soll - jedenfalls, solange sie der Online-Strategie des **rbb** dienlich sei.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, lit. B) II.3. c gg, S. 23

<sup>18</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 3

## C) Die Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV

### **Erste Stufe: Das Teilangebot rbb Mediathek entspricht den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft als Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrages.**

Auf der ersten Stufe prüft der **rbb**-Rundfunkrat gemäß § 11f Abs. 4 S. 2 Nr. 1 RStV, inwieweit das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht. Dies bemisst sich danach, ob die **rbb** Mediathek den allgemeinen und telemedienspezifischen Anforderungen im Rahmen der Auftragserfüllung entspricht. Zudem darf das Angebot nicht gegen gesetzliche Ge- und Verbote verstoßen.

### **I. Allgemeine Anforderungen nach § 11 RStV**

§ 11 Abs. 1 RStV bestimmt den allgemeinen Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Danach haben diese durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben und sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung und insbesondere der Kultur zu dienen. Nach § 11 Abs. 2 RStV sollen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten objektiv, unparteilich und ausgewogen berichten unter Wahrung der Meinungsvielfalt.

Diese Auftragsdefinition stellt eine Ausgestaltung der in Art. 5 Abs. 2 GG verankerten Rundfunkfreiheit dar und wurde durch mehrere Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) weiter konkretisiert. So obliegt dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk der Grundversorgungsauftrag und damit die Aufgabe, der Gesamtheit der Bevölkerung Programme anzubieten, die umfassend und in voller Breite des klassischen Rundfunkauftrags informieren unter Sicherung der Meinungsvielfalt in der verfassungsrechtlich gebotenen Weise.<sup>19</sup> Dennoch ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht auf die Grundversorgungsleistung beschränkt. Der Gesetzgeber darf insoweit auch jenseits der Grundversorgung die Veranstaltung dieser Dienste und Programme nicht ausschließlich privaten Veranstaltern überlassen.<sup>20</sup> Zudem spricht das BVerfG dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Bestands- und Entwicklungsgarantie zu, die ihm die Verbreitung seiner Inhalte auch durch neue Dienste mittels neuer Technologien ermöglicht.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> BVerfGE 74, 297, 325

<sup>20</sup> BVerfGE 74, 297, 332; 87, 181, 203; 73, 118 ff.

<sup>21</sup> BVerfGE 83, 238; BVerfG, 1 BvR 2270/05 v. 11. September 2007, Absatz-Nr. 123

## 1. Stellungnahme des VPRT

Der VPRT hält die zunehmende Individualisierung vor dem Hintergrund des allgemeinen Grundversorgungsauftrages für problematisch und verweist insoweit auch auf seine Stellungnahme zu **rbbonline**.<sup>22</sup> Dort führte er aus, es käme auf das individuelle Nutzerinteresse nicht an. Insbesondere die Vielzahl interaktiver Angebote bedeute eine unzulässige Individualisierung und Personalisierung.<sup>23</sup>

## 2. Ausführungen der Intendantin

Durch die **rbb** Mediathek als Teil seines Internetangebotes werde der **rbb** der aktuellen und prognostizierten Nutzungssituation im Internet in besonderer Weise gerecht und trage so den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft Rechnung.<sup>24</sup>

Videos und Audios seien inzwischen zum Standard von Internetangeboten geworden. 2010 verfügten nahezu alle Internetnutzer in Berlin und Brandenburg über einen DSL-Internetanschluss. Die Geschwindigkeit der Verbindungen nehme noch immer zu. Damit hätten sich auch die Anzahl und die Qualität von Video- und Audioangeboten massiv erhöht. Die Web-Videoportale der großen TV-Sender seien Anlaufpunkt für das Publikum der originären Medien. Videoportale und Mediatheken würden zu wichtigen gestalteten und gestaltenden Formaten innerhalb der Webangebote.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie habe zwei Trends identifiziert: Das Public Viewing und das zeit- und ortsouveräne „Allein-Sehen“. Die Trennung zwischen Fernsehen und Internet löse sich auf. Nachgefragt würden online gerade die Inhalte, die im originären Fernseh- oder Hörfunkangebot eine hohe Akzeptanz aufwiesen. Dabei erwarteten die Nutzer eine Verlängerung bzw. eine tiefergehende und auch sendungsunabhängige Aufbereitung des Materials. Die klassischen Medien würden nicht verdrängt. Es handele sich vielmehr um eine Parallelnutzung.

2010 hätten 34 Prozent der Onlinenutzer bereits Angebote von TV-Sendern und 40 Prozent Angebote von Radiosendern besucht. Je jünger die Nutzer seien, desto häufiger konsumierten sie Videos. Besonders beliebt seien Videoplattformen wie YouTube. Bereits an zweiter Stelle stünden Sender-Mediatheken. Überdurchschnittlich häufig würden aktuelle Sendungen wie Nachrichten abgerufen. Ein bis drei Prozent der Gesamtreichweite würden inzwischen über Mediatheken erzielt, wobei die Potenziale noch lange nicht ausgeschöpft seien. Onlineportale, auf denen jederzeit Sendungen abgerufen werden könnten, seien eine Möglichkeit, Zuschauer über einen zusätzlichen Verbreitungsweg zu erreichen und zu binden. Die Bewegtbildnutzung im Internet werde nach einhelliger Einschätzung aller Experten auch weiterhin deutlich zunehmen. Die Angebote müssten zunehmend auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt werden. Dies sei das Erfolgsrezept für die Sender.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Stellungnahme VPRT, S. 1

<sup>23</sup> Stellungnahme VPRT zu **rbbonline**, S. 7, 36

<sup>24</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 3

<sup>25</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 2.1, S. 4 ff.

Die Nachfrage nach audiovisuellen Angeboten sei stark. Nutzer aller Altersklassen, insbesondere junge Onliner, hätten das Bedürfnis nach orts- und zeitsouveräner Nutzung von Videos und Audios. Nach der **rbb**-Online-Studie 2011 halte die Hälfte der 14- bis 29-Jährigen Videobeiträge für sehr wichtig, bei Audiobeiträgen seien es 40 Prozent. Es werde immer wieder der Wunsch nach einer Mediathek genannt.

Die Fülle der Angebote erfordere es, Angebotsstrukturen und -zugänge den Inhalten sowie den Bedürfnissen und Fähigkeiten der Nutzer anzupassen, damit diese seriöse Angebote identifizieren, finden und leicht nutzen könnten. Die **rbb** Mediathek erfülle das Bedürfnis nach einem übersichtlichen, zentralen Zugang zu den Radio- und TV-Inhalten im Internet durch einen Zugang in einfacher, intuitiv erschließbarer Weise.<sup>26</sup>

Informationen über regionale Themen seien ein Grundbedürfnis, da das unmittelbare und regionale Umfeld der Menschen den wesentlichen Raum für die Gestaltung des alltäglichen Lebens bilde. Der **rbb** bilde mit seinen Sendungen und Berichten das Leben in der Region ab und biete damit Informationen zu allen wichtigen Themen, die die Menschen in Berlin und Brandenburg bewegten. Das Interesse an regionalen Angeboten im Internet sei groß. Dies betreffe insbesondere die Bereiche Service (mit 71 Prozent der Nutzer) und Regionálnachrichten (mit 69 Prozent der Nutzer). Das **rbb**-Telemedienangebot sei das bekannteste Angebot zur regionalen Information und nach der Analyse des Forschungsinstituts Mindline Media der einzige echte Anbieter für Berlin und Brandenburg. Mit der **rbb** Mediathek biete der **rbb** über seine Video- und Audioberichterstattung die Möglichkeit zur Orientierung und Meinungsbildung. Zugleich bestehe die Möglichkeit zu einer Verknüpfung von Medien, die in einer Webseite so nicht möglich sei. So könne das Interesse der Nutzer auch für andere Themen geweckt werden. Der Internetnutzer sei ein aktiver Nutzer. Er wähle selbst und zielgerichtet aus.<sup>27</sup>

Auf die Kritik des VPRT hinsichtlich zunehmender Individualisierung erwidert die Intendantin in ihrer Kommentierung, dass die individuelle Nutzung dem Internet wesensimmanent sei. Die damit verbundene leichtere und komfortablere Auffindbarkeit der **rbb**-Inhalte sei gewünscht und entspreche dem Auftrag des **rbb**, seine Informationen und Angebote allgemein zugänglich zu machen. Die **rbb** Mediathek sei dennoch massenmedial und ihre Funktionen nicht auf Einzelpersonen abgestimmt, sondern entsprächen den im Internet üblichen Funktionen. Funktionen wie Tag-Clouds und Sortieren dienten der Orientierung. Gäbe es diese Funktionen nicht, fehlte die entscheidende redaktionelle Auswahl, die solch ein Angebot eines Rundfunkveranstalters gerade auszeichne.<sup>28</sup>

### 3. Entscheidung des **rbb**-Rundfunkrates

Auf der ersten Stufe prüft der **rbb**-Rundfunkrat, ob das Angebot gemäß § 11 RStV geeignet ist, als Medium und Faktor freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Dies hat der Rundfunkrat bereits in seiner

---

<sup>26</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 2.2, S. 6

<sup>27</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 2, S. 7

<sup>28</sup> Kommentierung der Intendantin zu der Stellungnahme des VPRT, Ziffer 2, S. 2



Entscheidung zu **rbbonline** bejaht und ausgeführt, dass das gewandelte Nutzerverhalten ein maßgeblicher Grund für die Auftragserfüllung ist. Der Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008 kommt zu dem Ergebnis, dass das Internet die Welt stärker verändert als jede andere Technologie in der heutigen Zeit. Insoweit sei es zur Lebensader der modernen Medien- und Informationsgesellschaft geworden.<sup>29</sup> Der Rundfunkrat führte zu der Frage, ob das konkrete Angebot **rbbonline** geeignet ist, die Bedürfnisse der Gesellschaft im Sinne des gesetzlichen Auftrages zu erfüllen, weiter aus, dass insbesondere dann davon ausgegangen werden kann, wenn lediglich Inhalte aus dem linearen **rbb**-Programm in das Internet übertragen bzw. diese Inhalte mit Hintergrundinformationen ergänzt werden. Dies war bei **rbbonline** der Fall und gilt erst recht für die **rbb** Mediathek, die lediglich ein Teilangebot des Gesamtangebotes **rbbonline** ist und eben jene Audios und Videos - nur in neuer Zusammenstellung - zur Verfügung stellt, die in dem Gesamtangebot bereits enthalten sind. Der Rundfunkrat verweist daher auf seine Ausführungen zu **rbbonline**, die auch die in dem dortigen Verfahren von dem VPRT vorgebrachte Kritik zu einer angeblich unzulässigen Individualisierung berücksichtigen.<sup>30</sup> Das unüberschaubare Angebot im Internet erfordert die Möglichkeit individueller Nutzung, damit sich der Einzelne in der grenzenlosen Vielfalt zurechtfinden kann. Ihm hierbei zu helfen - zumindest hinsichtlich des von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zur Verfügung gestellten Onlineangebotes -, ist eben Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrages.

Der Rundfunkrat ist insoweit der Auffassung, dass gerade die Möglichkeit, die Audios und Videos des **rbb**-Telemedienbestandes über eine Mediathek selbständig zu erschließen, dem Nutzer hilft, sich in der Vielfalt der **rbbonline**-Angebote zu orientieren und sich eine Meinung zu bilden. Die **rbb** Mediathek als Zugang zu den **rbbonline**-Angeboten wirkt daher im Sinne der Auftragserfüllung als Medium und Faktor freier individueller Meinungsbildung. Aufgrund des erleichterten Zugriffs, den die **rbb** Mediathek bietet, erfüllt sie die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Nutzer in besonderer Weise. Die **rbb** Mediathek wird aufgrund ihrer leichten Handhabung nahezu alle Nutzer erreichen und spricht damit die Gesellschaft im Ganzen an.

## II. Telemedienspezifische Anforderungen, § 11d Abs. 3 RStV

Gemäß § 11d Abs. 3 S. 1 RStV soll allen Bevölkerungsgruppen durch die Telemedienangebote die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden. Die Erfüllung dieser Aufgaben wird in der amtlichen Begründung als wesentliches Abgrenzungskriterium zu den kommerziellen Angeboten dargestellt.<sup>31</sup>

### 1. Stellungnahme des VPRT

Der VPRT nimmt hierzu keine konkrete Stellung.

---

<sup>29</sup> Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008, S. 13

<sup>30</sup> Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, C I., S. 25 ff.

<sup>31</sup> amtliche Begründung zum 12. RÄStV, zu § 11d Absatz 3

## 2. Ausführungen der Intendantin

Die **rbb** Mediathek unterstütze die optimale Auffindbarkeit aller Audio-Video-Inhalte über eine Navigation, strukturierte Such- und Filterfunktionen sowie Verteil- und Übersichtsseiten.<sup>32</sup> Die Audios und Videos seien schnell auffindbar. Die **rbb** Mediathek werde in die Navigationselemente der **rbb**-Angebote integriert. Audios und Videos seien durch eine prominente Platzierung in der **rbb** Mediathek schnell erreichbar. Der **rbb** setze als Mandant der ARD-Mediathek ein erprobtes System ein. Die Navigation sei übersichtlich und klar. Dies biete die einfache und schnelle Möglichkeit, sich einen Überblick zu verschaffen, sich zu orientieren und so an der Informationsgesellschaft teilzuhaben. Eine Hilfe-Funktion unterstütze den Nutzer und fördere dessen Medienkompetenz.<sup>33</sup>

Der **rbb** biete sein Telemedienangebot weitgehend barrierefrei an. Durch eine einfache Navigations- und Seitenstruktur sowie eine geringe Navigationstiefe in der **rbb** Mediathek seien die Inhalte leicht auffindbar. Die Inhalte würden redaktionell betitelt, beschrieben und verschlagwortet und über eine Suchfunktion auffindbar gemacht. Für blinde Nutzer könne nur eine geringere Barrierefreiheit erreicht werden, da als Darstellungssoftware Flash verwendet werden müsse. Die **rbb** Mediathek biete aber auch neue Optionen der barrierefreien Darstellung. Mittelfristig könnten Videos mit Untertiteln oder Gebärdensprachdolmetscher für Hörbehinderte und Gehörlose abgerufen werden. Dieses Verfahren werde derzeit in der ARD-Mediathek in einem Pilotprojekt erprobt.<sup>34</sup>

Der **rbb** publiziere seine Online-Inhalte auf verschiedenen Plattformen und Auspielwegen.<sup>35</sup>

## 3. Entscheidung des rbb-Rundfunkrates

Der **rbb**-Rundfunkrat ist der Auffassung, dass die **rbb** Mediathek auch den telemedien-spezifischen Auftrag erfüllt.

Die Teilhabe an der Informationsgesellschaft wird allen Bevölkerungsgruppen durch ein barrierearmes und einfach zu bedienendes Angebot ermöglicht. Barrierefrei sind bauliche Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für Menschen mit Behinderung in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.<sup>36</sup>

Der Rundfunkrat verweist zunächst auf seine Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**<sup>37</sup>, deren Ausführungen auch hier gelten, da die **rbb** Mediathek ein Teilangebot des Gesamtangebotes **rbbonline** ist und lediglich dessen Inhalte bündelt. Laut Te-

---

<sup>32</sup> vgl. hierzu oben unter A. IV, S. 5 f.

<sup>33</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 5.2, S. 14

<sup>34</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 5.2, S. 14

<sup>35</sup> vgl. hierzu oben unter A.V, S. 6

<sup>36</sup> § 4 BGG (Behindertengleichstellungsgesetz) sowie § 4a LGBG (Landesgleichberechtigungsgesetz Berlin)

<sup>37</sup> Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, C II.3, S. 35 f.

lemedienkonzepkt soll darüber hinaus auch die Mediathek selbst weitgehend barrierefrei sein. Der Rundfunkrat begrüßt in diesem Zusammenhang die Ankündigung, dass - soweit dies technisch möglich ist - mittelfristig auch Videos mit Untertiteln oder Gebärdensprachdolmetscher für Hörbehinderte und Gehörlose abgerufen werden könnten.

Da der Rundfunkrat besonderen Wert auf weitestgehende Barrierefreiheit legt und dieses Kriterium für ein herausragendes Qualitätsmerkmal für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk hält, bat er die Intendantin mit Schreiben vom 6. Juli 2011 um weitere Erläuterungen, die diese mit ihrem Schreiben vom 18. Juli 2011 umfangreich lieferte. Sie verwies auf im Internet etablierte Standards, die die Web Accessibility Initiative des World Wide Web Consortiums (W3W) pflege und die die ARD nach einem gemeinsamen Kriterienkatalog umsetze. Dabei würden die speziellen Anforderungen, die Nachrichtenangebote mit hohem Audio- und Videoeinsatz erforderten, berücksichtigt. Der **rbb** optimiere seine Webangebote nach diesen Standards. So würden beispielsweise Alternativtexte für Bilder verwendet. Möglich sei auch die Vergrößerung der Schrift. Andere Elemente seien für den Nutzer nicht sichtbar, würden aber durch entsprechende Ausgabegeräte automatisch erkannt, wie beispielsweise versteckte Tabellen oder spezielle HTML-Programmierungen für Hilfsprogramme für behinderte Menschen. Die Barrierefreiheit sei eine fortlaufende Aufgabe. Technische Weiterentwicklungen könnten die Barrierefreiheit sowohl fördern als auch erschweren, wie die Flashprogrammierungen zeigten. In der ARD werde derzeit technisch erprobt, Flash-Videos in der ARD-Mediathek mit Untertiteln anzubieten. Auch zusätzliche alternative Darstellungen seien möglich. So seien etwa beim Wetterauftritt des **rbb** nahezu alle in der als Flash-Animation produzierten Wetterkarte angebotenen Informationen auch in Text- oder Tabellenform verfügbar. Damit würden Zugangsbarrieren gesenkt. In der ARD-Mediathek seien weitere Verbesserungen der Barrierefreiheit geplant, die dann auch für die **rbb** Mediathek übernommen würden. Der **rbb** setze bei der Gestaltung seiner Webangebote den in der ARD vereinbarten Maßnahmenkatalog zur Barrierefreiheit um. Dieser umfasse 14 Grundanforderungen und beruhe auf der Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik (BITV) nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (BGG). Inzwischen läge die neue Version BITV 2.0 vor. Sobald diese Richtlinien in der ARD verabschiedet seien, würden diese auch auf die **rbb** Mediathek angewandt. Der **rbb**-Rundfunkrat hält diese Maßnahmen für geeignet, etwaige Barrieren auf ein Mindestmaß zu senken. Er begrüßt in diesem Zusammenhang die Ankündigung der Intendantin, die Barrierefreiheit stetig ausbauen zu wollen.

Die **rbb** Mediathek bietet vor allem Orientierungshilfe. Eben hierfür wird sie konzipiert. Sie ist der zentrale Zugang zu den Videos und Audios des **rbb** und bietet damit den Nutzern die Möglichkeit zur individuellen Information, zur Meinungsbildung und zur Teilhabe an der Informationsgesellschaft. Sie ermöglicht über eine optisch ansprechende Nutzerführung, strukturierte Such- und Filterfunktionen sowie Verteil- und Übersichtsseiten eine unkomplizierte und leichte Auffindbarkeit der dargebotenen Inhalte, ohne das umfangreiche Gesamtangebot **rbbonline** im Einzelnen durchsuchen zu müssen. Zutreffend führt der Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008 insoweit aus, dass aufgrund des quantitativen Wachstums der Medienangebote und des damit steigenden Medienkonsums die Medien ihren Einfluss auf das Denken und Handeln der Menschen signifikant gesteigert ha-

ben. Die Anforderungen an das Individuum hinsichtlich der Fähigkeit zur Selektion von Informationen und zur Meinungsbildung sind enorm gestiegen. Damit wächst der Orientierungsbedarf des Individuums und der Gesellschaft.<sup>38</sup>

Die **rbb** Mediathek vermittelt technische Medienkompetenz, indem die Inhalte über unterschiedliche Formate zugänglich gemacht werden. Videos stellen Fernsehmitschnitte ganzer Sendungen oder einzelner Beiträge dar. Audios werden als Podcasts und Audio on Demand präsentiert. Alle Inhalte werden mit Metadaten wie u. a. Beschreibungstexten versehen. Die Radioprogramme sind als Livestream zum Mithören abrufbar. Auch Loopstreams werden angeboten.<sup>39</sup> Die Inhalte der **rbb** Mediathek werden auf verschiedenen Ausspielwegen angeboten. Der **rbb** betreibt das Pilotprojekt HbbTV<sup>40</sup>, in dem bereits **rbb**-Inhalte in einer über das TV-Gerät abrufbaren Test-Mediathek erprobt werden. Angedacht ist ebenso die Verbreitung über Karten aufgrund der zunehmenden mobilen Internetnutzung.<sup>41</sup>

Die **rbb** Mediathek vermittelt auch inhaltliche Medienkompetenz, indem es den Nutzer befähigt, zwischen den einzelnen Angeboten qualitativ zu unterscheiden. Hierbei hilft ihm u. a. die redaktionell ausgerichtete Schwerpunktsetzung auf der Einstiegsseite, die es erlaubt, die in der Region wichtigen Ereignisse gezielt zu thematisieren. Es werden zudem Boxen mit redaktionellen Empfehlungen platziert. Auch ist eine thematische Auswahl über Stichworte möglich sowie die Auflistung nach weiteren Kriterien wie der Abruf der am besten bewerteten oder am häufigsten angesehenen Beiträge<sup>42</sup>. Da die zu dem Gesamtangebot **rbbonline** gehörenden Inhalte journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet sind, gilt dies für die **rbb** Mediathek, die diese Inhalte zusammenfasst, ebenso. Über das Gesamtangebot **rbbonline** kann der Nutzer auch Informationen zum Datenschutz abrufen. So wird vor Gefahren bei der Nutzung des Internets im Hinblick auf den Datenschutz gewarnt und damit der eigenverantwortliche Umgang mit persönlichkeitsbezogenen Daten geschult. Die Sicherung des Datenschutzes unterliegt der ständigen Überwachung durch die unabhängige Rundfunkdatenschutzbeauftragte des **rbb**.<sup>43</sup>

### **III. Kein Verstoß gegen gesetzliche Ge- und Verbote**

#### **1. Journalistisch-redaktionelle Veranlassung und Gestaltung des Angebots, § 11d Abs. 1 RStV**

Gemäß § 11d Abs. 1 RStV müssen die von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten angebotenen Telemedien journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet sein.

---

<sup>38</sup> Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008, S. 9

<sup>39</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 3.4, S. 9

<sup>40</sup> Hybrid Broadcast Broadband TV

<sup>41</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 6, S. 15; zur Zulässigkeit verschiedener Ausspielwege siehe oben B.II.2, S. 9

<sup>42</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 3.5, S. 9

<sup>43</sup> Telemedienkonzept, S. 53

### a) Stellungnahme des VPRT

In der Stellungnahme des VPRT findet sich lediglich der allgemeine Verweis auf seine Ausführungen zu **rbbonline**. Dort behauptete er, mangels konkreter Beschreibung der einzelnen Angebote könne nicht beurteilt werden, ob es sich um journalistisch-redaktionell veranlasste und gestaltete Angebote handele.<sup>44</sup>

### b) Ausführungen der Intendantin

Da bereits die in der **rbb** Mediathek anzubietenden audiovisuellen Inhalte journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet seien, gelte gleiches auch für die Mediathek selbst, die diese Inhalte zusammenfasse.<sup>45</sup>

### c) Entscheidung des Rundfunkrates

Der Rundfunkrat hatte für das Gesamtangebot **rbbonline** in seiner Entscheidungsbegründung festgestellt, dass das Angebot ausschließlich journalistisch-redaktionell veranlasste und gestaltete Inhalte enthält. Da die Mediathek die Inhalte von **rbbonline** lediglich zusammenführt, gelten die dortigen Ausführungen auch hier.<sup>46</sup>

Die Kritik des VPRT ist nicht direkt auf die **rbb** Mediathek übertragbar. Im Übrigen hat der Rundfunkrat bereits im Verfahren zu **rbbonline** festgestellt, dass die Inhalte bzw. Audios und Videos von **rbbonline**, die zukünftig in der **rbb** Mediathek zusammengestellt werden, journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet sind.

## 2. Einhaltung der gesetzlichen Verweildauerregelung nach § 11d Abs. 2 RStV

Nach § 11d Abs. 2 RStV sind vom Auftrag umfasst Sendungen auf Abruf bis zu sieben Tage nach Ausstrahlung und von Sendungen auf Abruf von Großereignissen bzw. Bundesligaspielen bis zu 24 Stunden danach (Nummer 1), sendungsbezogene Telemedien bis zu sieben Tage danach (Nummer 2), Sendungen und sendungsbezogene Telemedien nach Ablauf dieser Fristen sowie von nichtsendungsbezogenen Telemedien (Nummer 3) und von zeit- und kulturgeschichtlichen Archiven (Nummer 4) nach Durchlaufen eines Dreistufentests.

§ 11d Abs. 3 Satz 2 RStV enthält zudem die Pflicht zur Ausweisung des zeitlichen und inhaltlichen Bezuges zu einer bestimmten Sendung in dem jeweiligen Telemedienangebot, um die Feststellung des Sendungsbezuges ohne Rechercheaufwand zu ermöglichen.<sup>47</sup>

Laut Telemedienkonzept gelten für sämtliche Inhalte der **rbb** Mediathek die Vorgaben des bereits in dem Dreistufentest-Verfahren zu **rbbonline** dargelegten Verweildauer- und Archivkonzepts. Dieses hat der Rundfunkrat seinerzeit genehmigt.

---

<sup>44</sup> Stellungnahme VPRT zu **rbbonline**, Ziffer 3.1.4, S. 38 f.

<sup>45</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 4

<sup>46</sup> Entscheidungsbegründung **rbbonline**, C.III.1, S. 40 ff.

<sup>47</sup> amtliche Begründung zum 12. RÄStV, zu § 11d Abs. 2 Nr. 2, S. 17

### 3. Kein nichtsendungsbezogenes presseähnliches Angebot

Nach § 11d Abs. 2 Nr. 3 letzter Halbsatz RStV sind nichtsendungsbezogene presseähnliche Angebote unzulässig.

#### a) Stellungnahme des VPRT

Der VPRT äußert sich hierzu nicht. Es gilt wiederum der allgemeine Verweis auf seine Ausführungen zu **rbbonline**.

#### b) Ausführungen der Intendantin

Der Angebotsform Mediathek seien Audios, Videos und audiovisuelle Webformate wesensimmanent. Im Umkehrschluss seine presseähnliche Angebote ihr wesensfremd. Bei einer Mediathek handele es sich somit nicht um ein unzulässiges nichtsendungsbezogenes presseähnliches Angebot.<sup>48</sup>

#### c) Entscheidung des rbb-Rundfunkrates

Der Rundfunkrat ist der Ansicht, dass die **rbb** Mediathek kein unzulässiges presseähnliches Angebot darstellt. Die Intendantin führt zutreffend aus, dass der Sinn einer Mediathek darin besteht, Videos und Audios zu bündeln und anzubieten, nicht hingegen umfangreiche Textbeiträge zum Nachlesen zu archivieren. Eine Diskussion um die Definition des unzulässigen presseähnlichen Angebots erübrigt sich damit. Der Rundfunkrat verweist insoweit nur der Vollständigkeit halber auf seine Ausführungen zu **rbbonline**.<sup>49</sup>

### 4. Keine Werbung und kein Sponsoring, § 11d Abs. 5 S. 1 RStV

Nach § 11d Abs. 5 S. 1 RStV sind Werbung und Sponsoring in Telemedien nicht zulässig. Der VPRT nimmt hierzu nicht Stellung. Die Intendantin teilt mit, dass es wie im Gesamtangebot **rbbonline** auch in der **rbb** Mediathek weder Werbung noch Sponsoring geben werde.<sup>50</sup> Der Rundfunkrat hat in seiner Entscheidungsbegründung zu **rbbonline** bereits festgestellt, dass das Angebot keine Werbung und kein Sponsoring enthält. Aufgrund der Zusage der Intendantin hinsichtlich der **rbb** Mediathek hat der Rundfunkrat keinen Zweifel an der Einhaltung des Verbotes. Er wird dies dennoch im Wege nachlaufender Programmkontrolle regelmäßig überprüfen. Zur Definition von Werbung verweist der Rundfunkrat auf seine Ausführungen in der Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**.<sup>51</sup>

### 5. Kein Abruf angekaufter Spielfilme und Serien, § 11d Abs. 5 S. 2 RStV

Der **rbb**-Rundfunkrat befürchtet keinen Verstoß gegen dieses Verbot. Die Intendantin teilt in ihrem Telemedienkonzept mit, dass der Ankauf von Spielfilmen und Se-

<sup>48</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 4

<sup>49</sup> Entscheidungsbegründung **rbbonline**, C.III.3 c), S. 48 f.

<sup>50</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 4

<sup>51</sup> Telemedienkonzept **rbbonline**, C.III.4, S. 50

rien ebenso wie für **rbbonline** auch nicht für die **rbb** Mediathek vorgesehen sei.<sup>52</sup> Der VPRT hat hierzu keine Anmerkungen.

## **6. Keine flächendeckende lokale Berichterstattung, § 11d Abs. 5 S. 3 RStV**

Gemäß § 11d Abs. 5 S. 3 RStV ist eine flächendeckende lokale Berichterstattung in Telemedien nicht zulässig.

### **a) Stellungnahme des VPRT**

Der VPRT verweist auf seine Stellungnahme zu **rbbonline**. Dort meint er, aus einer dauerhaften Zusammenstellung eines stark regional orientierten Angebots in einer Mediathek könne ein flächendeckendes lokales Angebot entstehen. Keinesfalls dürften Angebote in immer kleinteiligere lokale Informationen ausdifferenziert werden.<sup>53</sup>

### **b) Ausführungen der Intendantin**

Entsprechend der gesamten Ausrichtung des **rbb**-Telemedienangebotes und der Berichterstattung des **rbb** in den linearen Medien könne und werde in der **rbb** Mediathek keine flächendeckende lokale Berichterstattung stattfinden.<sup>54</sup>

### **c) Entscheidung des rbb-Rundfunkrates**

Da die **rbb** Mediathek die Audios und Videos des Gesamtangebotes **rbbonline** bündelt und der Rundfunkrat bereits in seiner Entscheidungsbegründung zu **rbbonline** eine flächendeckende lokale Berichterstattung verneinte, gilt dies auch für die **rbb** Mediathek. Der Rundfunkrat verweist auf seine Ausführungen zu **rbbonline**.<sup>55</sup> Dort teilte die Intendantin unter Nennung mehrerer Beispiele mit, **rbbonline** biete regionale Berichterstattung, nicht hingegen ortsbezogene Berichterstattung. Hinzu komme, dass lediglich eine Auswahl von Informationen bereit gestellt werde, nicht hingegen eine flächendeckende Berichterstattung für den gesamten Raum Berlin und Brandenburg. Der Rundfunkrat wird im Rahmen der nachlaufenden Programmkontrolle auch darüber wachen, dass **rbbonline** sein Angebot nicht auf eine umfassende lokale und flächendeckende Berichterstattung ausdehnt.

## **7. Kein Verstoß gegen die Negativliste, § 11d Abs. 3 S. 4 RStV i.V.m. der Anlage zum RStV**

Die Überprüfung des Angebots auf etwaige Verstöße gegen die Negativliste ist Aufgabe nachlaufender Programmkontrolle durch den Rundfunkrat. Dennoch befasst sich der Rundfunkrat auch bereits in der Entscheidungsbegründung mit dieser Voraussetzung.

---

<sup>52</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 4

<sup>53</sup> Stellungnahme VPRT vom 29.07.2009, S. 23 f.

<sup>54</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 4

<sup>55</sup> Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, C.III.6 c), S. 51

### a) Stellungnahme des VPRT

Der VPRT verweist auf seine Stellungnahme zu **rbb**online. Dort bemängelte er Interaktionsmöglichkeiten wie Foren, Blogs, Chats und Communities sowie Ratgeberportale und Spiele.<sup>56</sup>

### b) Ausführungen der Intendantin

Ebenso wie in dem Gesamtangebot **rbb**online gebe es auch in der **rbb** Mediathek keine Angebotsformen der Negativliste.<sup>57</sup> Etwaige Verstöße seien nicht plausibel. Unabhängig davon seien die Online-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter für diese Thematik sensibilisiert.<sup>58</sup>

### c) Entscheidung des rbb-Rundfunkrates

Das Telemedienkonzept enthält keine Anhaltspunkte für mögliche Verstöße im Sinne der Negativliste. In dem Verfahren zu **rbb**online teilte die Intendantin zudem mit, dass vor Inkrafttreten des zwölften Rundfunkstaatsvertrages der **rbb** sein Telemedienangebot auf etwaig der Negativliste zuzuordnende Elemente überprüft habe. Auch der Rundfunkrat hatte in dem dortigen Verfahren keine Verstöße erkennen können. Die Mediathek kann hinsichtlich ihres Inhalts somit ebenfalls keine Angebotsformen aus der Negativliste enthalten, wobei sie ohnehin nur Audios und Videos bündelt und diese Angebotsformen nicht von der Negativliste erfasst sind. Die **rbb** Mediathek unterliegt im Übrigen ebenso wie **rbb**online der nachlaufenden Programmkontrolle und damit ständiger Beobachtung durch den Rundfunkrat.

---

<sup>56</sup> Stellungnahme VPRT, Ziffer 1.5, S. 23 ff.

<sup>57</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 1, S. 4

<sup>58</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Vorb., S. 1



## **Zweite Stufe: Das Angebot trägt in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei.**

Auf der zweiten Stufe prüft der **rbb**-Rundfunkrat, in welchem Umfang durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird. Dabei berücksichtigt er gemäß § 11f Abs. 4 S. 2 Nr. 2, S. 3 RStV Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote und die marktlichen Auswirkungen des Angebots sowie dessen meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

### **I. Marktliche Auswirkungen der rbb Mediathek**

#### **1. Stellungnahme des VPRT**

Der VPRT meint, angesichts der sehr allgemeinen oder gar nicht enthaltenen Angaben im Telemedienkonzept zu Inhalten, Marketing, Finanzen und Technik sei eine präzise Einschätzung der marktlichen Folgen nicht möglich. Es gebe viele lokale und regionale TV- und Radioangebote für den Berlin-Brandenburger Raum, die sich mit ihren Telemedienangeboten überwiegend an die Nutzer in Berlin und/oder Brandenburg richteten. Dies sei demnach auch kein Alleinstellungsmerkmal der **rbb** Mediathek. Das Konzept der **rbb** Mediathek könne zu Substitutionseffekten auf Kosten bestehender privater und öffentlich-rechtlicher Angebote führen, die nicht näher untersucht worden seien.<sup>59</sup>

#### **2. Gutachten**

Der **rbb**-Rundfunkrat hat die Goldmedia GmbH mit der Erstellung eines Gutachtens zur Prüfung marktrelevanter Auswirkungen der **rbb** Mediathek beauftragt. Inhalt des Gutachterauftrages war

- eine Abgrenzung des relevanten ökonomischen Marktes unter Berücksichtigung der Spruchpraxis des EuGH und des BGH sowie anhand eigener empirischer Analysen,
- eine Darstellung des relevanten publizistischen Wettbewerbs (Identifikation der publizistischen Angebote, mit denen die **rbb** Mediathek im Wettbewerb steht, Identifikation der Wettbewerber, die von dem Angebot betroffen sind) unter anderem auf der Basis der vom Rundfunkrat zur Verfügung gestellten GVK-Angebotsdatenbank,
- eine statische und dynamische Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie
- eine Dokumentation und Präsentation der Untersuchungsergebnisse.

Die Goldmedia GmbH erfüllte den Gutachterauftrag und präsentierte das Gutachten fristgerecht am 30. Juni 2011 im **rbb**-Rundfunkrat.

---

<sup>59</sup> Stellungnahme VPRT, S. 3

## a) Methodik

Zunächst erfolgte durch Goldmedia eine Analyse des geplanten Angebotes. Anhand des Telemedienkonzepts wurde geprüft, wie die **rbb** Mediathek ausgestaltet werden soll. Dann wurde sie mit dem Bestandsangebot verglichen. Im nächsten Schritt nahm Goldmedia unter Einbeziehung der Spruchpraxis des BGH und des EuGH die Marktabgrenzung vor. Daraufhin wurden die betroffenen Märkte generell analysiert über zentrale Daten zu Umsatz und Umsatzentwicklung. Anschließend wurde eine publizistische Analyse der konkreten Wettbewerber auf Basis der im Jahr 2010 aktualisierten GVK-Angebotsdatenbank erstellt. Die Ergebnisse wurden um neue Angebote ergänzt und auf den Stand 2011 aktualisiert. Auf dieser Basis wurden die relevanten Wettbewerber identifiziert, die angebotenen Multimedia-Inhalte beschrieben und das Markt- und Vermarktungspotenzial analysiert. Sodann wurde die **rbb** Mediathek einem Hypothetischen Monopolistentest unterzogen. Dieses Verfahren wird auf EU-Ebene im Rahmen von Fusionskontrollverfahren zur Marktabgrenzung eingesetzt. Hierbei wird geprüft, ob die Konkurrenzangebote auch aus Nutzersicht im Wettbewerb zur Mediathek stehen und damit einen gemeinsamen Markt darstellen. Diese sogenannte Nachfragesubstituierbarkeit wurde über eine Online-Nutzerbefragung auf Basis einer Conjoint-Analyse ermittelt. Mit Hilfe der Ergebnisse aus der Conjoint-Analyse wurden die Migrationen von Nutzern bei einem Start der **rbb** Mediathek simuliert. So konnte Goldmedia einschätzen, in welchem Ausmaß private Angebote von der Einführung der **rbb** Mediathek möglicherweise betroffen wären. Die potentielle Nutzung der Mediathek sowie mögliche Migrationsbewegungen (Nutzerverluste für bestehende Angebote) wurden mit Hilfe von Marktäquivalenzwerten in Werbeumsatzvolumina umgerechnet, um mögliche marktliche Auswirkungen bewerten zu können.<sup>60</sup>

## b) Ergebnis

Die **rbb** Mediathek stehe vor allem im Wettbewerb mit kommerziellen Online-Video-Angeboten regionaler Zeitungsverlage und lokaler Fernsehsender. Auswirkungen seien daher auf die Reichweite dieser kommerziellen Angebote und damit auf die Online-Video-Werbeumsätze dieser Angebote zu erwarten.<sup>61</sup>

Keine marktlichen Auswirkungen beständen hingegen auf kostenpflichtige Audio-Abrufangebote. Audio-Abrufinhalte seien Inhalte, die zumindest Hörbüchern ähnelten. Solche Angebote biete das **rbb**-Online-Angebot nicht. Auch massenattraktive kostenpflichtige digitale Musikinhalte seien nicht Angebotsbestandteil. Ebenso wenig gebe es marktliche Auswirkungen auf werbefinanzierte Audio-Abruf-Angebote, da ein solcher Markt mit inhaltlichem Bezug zu Berlin und Brandenburg nicht existiere. Auch auf den Markt für kostenpflichtige Video-Abrufangebote habe die **rbb** Mediathek keinen Einfluss, da es dort keine Videos mit Regionalbezug gebe, sondern in der Regel nur Unterhaltungsinhalte. Informationsinhalte, auf deren Fokus die **rbb** Mediathek liege, würden nicht kostenpflichtig angeboten, sondern nur über Werbung vermarktet.<sup>62</sup> Auswirkungen auf den intermediären Wettbewerb (d.h. regionale Medien wie Lokal-TV-Sender, Radio-Sender oder Regional-Presse) seien

<sup>60</sup> Marktgutachten, Ziffer 1.2, S. 5 f., Ziffer 3, S. 12 ff.

<sup>61</sup> Marktgutachten, Ziffer, 12, S. 120

<sup>62</sup> Marktgutachten, Ziffer 11.2.1, S. 105

irrelevant.<sup>63</sup> Auswirkungen auf vorgelagerte Märkte (technische Dienstleistungen, Produktion von Audio- und Videoinhalten) und nachgelagerte Märkte (Telekommunikationsmarkt für Internet-Zugangsdienste, Endgerätemarkt) seien allenfalls positiv.<sup>64</sup>

Insgesamt könne der regionale marktliche Einfluss einer **rbb** Mediathek auf den einzig relevanten Markt für Online-Video-Werbung als gering betrachtet werden. Der Einfluss auf das durch die Abrufe aus Berlin und Brandenburg generierte Marktvolumen für Online-Video-Werbung liege bei ca. drei Prozent.<sup>65</sup> Hierbei sei aber noch nicht die Komplementärnutzung berücksichtigt. Ein signifikanter Anteil der Nutzung der **rbb** Mediathek würde in Ergänzung (also komplementär) zur Nutzung kommerzieller Inhalte stattfinden und daher keinem Wettbewerber schaden. Dieser Wert betrage ca. 38 Prozent der Nutzer. Damit reduziere sich das werbemarktrelevante Umsatzpotential von 135.000 € pro Jahr auf 83.700 € pro Jahr. Weiter gibt Goldmedia zu bedenken, dass die angenommenen 83.700 € lediglich ein theoretischer Wert seien. Eine Monetarisierung durch Lokal-TV-Veranstalter und durch Onlineangebote regionaler Zeitungshäuser sei schwierig. Da der **rbb** im Übrigen im Gegensatz zu anderen Landesrundfunkanstalten auch kein größeres Angebot an fiktionalen Unterhaltungsangeboten plane, verringere sich die Attraktivität der **rbb** Mediathek zusätzlich. Somit seien auch im Vergleich mit den Bestandsangeboten der Mediatheken anderer Landesrundfunkanstalten die marktlichen Auswirkungen als gering zu betrachten.<sup>66</sup> Der prognostizierte Einfluss der Mediathek könne innerhalb von drei Jahren – ein Zeitraum, innerhalb dessen nach Beobachtung durch Goldmedia substantielle Reichweiten erzielt werden könnten – erreicht werden und werde auch zukünftig auf einem vergleichbaren Niveau bleiben.<sup>67</sup>

### 3. Ausführungen der Intendantin

Der VPRT könne nicht ansatzweise belegen, dass der **rbb** mit seiner geplanten Mediathek Angebote Dritter marktlich beeinträchtigen könne. Seine diesbezüglichen Vorwürfe seien pauschal. Dies verwundere, denn eine Mediathek sei kein unbekanntes innovatives Angebotsformat. Zudem werde als Grundlage für die **rbb** Mediathek die ARD-Mediathek dienen, die bereits existiert. Das zukünftige Angebotsformat könne daher an der ARD-Mediathek nachvollzogen werden. Sinn und Zweck des Dreistufentests sei es unter anderem, Dritten Gelegenheit zu geben, sich darüber zu äußern, inwieweit sie sich konkret im Wettbewerb benachteiligt sehen. Der VPRT hingegen wiederhole lediglich allgemeine und bekannte Grundsatzpositionen. Die bloße Existenz von Wettbewerbern sei kein Grund für ein „Hintanstehen“ öffentlich-rechtlicher Anbieter.<sup>68</sup>

Die von Goldmedia gewählte Methodik zur Einschätzung marktlicher Auswirkungen habe sich bewährt und sei ohne grundlegende methodische Schwächen oder Defizite. Argumentation und Ergebnis des Gutachtens seien plausibel. Der **rbb** schließt

---

<sup>63</sup> Marktgutachten, Ziffer 1.6, S. 116

<sup>64</sup> Marktgutachten, Ziffer 11.7, S. 117 ff.

<sup>65</sup> Marktgutachten, Ziffer 1.7, S. 10; Ziffer 12, S. 120

<sup>66</sup> Marktgutachten, Ziffer 11.4, S. 111 f.

<sup>67</sup> Marktgutachten, Ziffer 1.7, S. 10; Ziffer 12, S. 120

<sup>68</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Ziffer 4, S. 4 f.

sich der Einschätzung von Goldmedia an und bewertet die Auswirkungen auf den einzig relevanten Markt der Online-Video-Angebote als gering.<sup>69</sup>

Die der marktlichen Prüfung zugrunde gelegten Zahlen basierten auf Auswertungen mit einer vom **rbb** verwendeten Software, die lediglich für interne Statistiken konzipiert sei. Eine etablierte Online-Währung oder eine einheitliche Mess-Metrik für On-Demand-Abrufe gebe es nicht, weswegen Anzahl und Umfang der abgerufenen Videos nicht mit letzter Sicherheit zu verifizieren sei.

Vor dem Hintergrund eines mittleren Szenarios (und damit eines Vergleiches zu der Mediathek des Bayerischen Rundfunks) prognostiziere Goldmedia eine Vervierfachung der Reichweite binnen drei Jahren. Dies sei eine sehr optimistische Schätzung, da die Markenbetrachtung hierbei unberücksichtigt bliebe. Der **rbb** sei eine junge Marke, weshalb die Reichweitenentwicklung zurückhaltend eingeschätzt werden müsse. Darüber hinaus sei das Medienangebot des Bayerischen Rundfunks nicht mit dem des **rbb** vergleichbar. Darauf komme es aber nicht an, weil es selbst bei Zugrundelegung entsprechender Zahlen nur zu geringen regionalen Marktauswirkungen kommen würde.<sup>70</sup>

#### 4. Entscheidung des rbb-Rundfunkrates

Der **rbb**-Rundfunkrat hat sich intensiv mit den Ausführungen des Gutachters beschäftigt. Er hält das Ergebnis für plausibel. Insbesondere die von Goldmedia angewandte Methode ist nachvollziehbar und entspricht den europarechtlichen Vorgaben, die Grundlage für die Beauftragung des Gutachters waren. Die EU-Kommission verlangt zur Beurteilung der marktlichen Auswirkungen eine statische und dynamische Marktanalyse. Dem **rbb**-Rundfunkrat ist bewusst, dass die hier gewählte Methode andere nicht ausschließt und somit auch nicht „die einzig richtige“ sein muss.<sup>71</sup> Er hält sie jedoch für geeignet als Grundlage für eine zuverlässige Prüfung etwaiger marktlicher Auswirkungen. Dies hat der Rundfunkrat bereits in dem Verfahren zu den Bestandstelemedienangeboten festgestellt.

Der **rbb**-Rundfunkrat ist vor dem Hintergrund des Gutachtens der Auffassung, dass die geplante **rbb** Mediathek zu keinen Marktverzerrungen führen wird. Die geringen marktlichen Auswirkungen, die unter anderem einer beachtlichen Komplementärnutzung und dem Umstand einer schwer realisierbaren Monetarisierung des theoretischen Umsatzpotenzials durch Lokal-TV-Veranstalter und regionaler Zeitungshäuser geschuldet sind, auf den einzig relevanten Markt der werbefinanzierten Video-Abruf-Angebote sind nicht geeignet, den Markt in relevantem Umfang negativ zu beeinflussen. Entgegen der - im Übrigen auf lediglich pauschalen und sehr allgemeinen Anmerkungen beruhenden - Auffassung des VPRT zeigt das Gutachten somit, dass eine Einschätzung der marktlichen Folgen auf Grundlage des Telemedienkonzepts sehr gut möglich ist. Zutreffend weist die Intendantin zudem darauf hin, dass der **rbb** eine vergleichsweise junge Marke ist. Sie existiert erst seit acht Jahren. Auch der Rundfunkrat geht aus diesem Grund davon aus, dass der Bekanntheitsgrad deutlich unter denjenigen anderer Rundfunkanstalten liegt. Ent-

<sup>69</sup> Kommentierung der Intendantin zum marktlichen Gutachten, Ziffer 4, S. 3 f.

<sup>70</sup> Kommentierung der Intendantin zum marktlichen Gutachten, Ziffer 4, S. 4

<sup>71</sup> so auch Susanne Pfab in epd Medien 2011, S. 7 ff.

sprechend zurückhaltender wird sich die Reichweitenentwicklung in den kommenden Jahren darstellen. Darüber hinaus sieht auch der Rundfunkrat, dass der von Goldmedia bemühte Vergleich mit dem Bayerischen Rundfunk (BR) insoweit eingeschränkt werden muss, als das Medienangebot des BR deutlich umfangreicher und vor allem bekannter ist. Dies erkennt auch Goldmedia und führt zutreffend aus, dass im Vergleich zur **rbb** Mediathek in der BR-Mediathek auch ein breites fiktionales Unterhaltungsangebot bereit gestellt werde, was die Abrufzahl signifikant steigern lasse. Der Schwerpunkt der **rbb** Mediathek liege hingegen auf regionalen Informationsangeboten, weswegen das zu erwartende Abrufaufkommen deutlich unter der Quote des BR bleiben werde.<sup>72</sup>

## II. Publizistischer Beitrag des öffentlich-rechtlichen Angebots

### 1. Stellungnahme des VPRT

Der VPRT fordert - ebenso wie in seiner Stellungnahme zu **rbbonline**<sup>73</sup> - einen publizistischen Mehrwert der **rbb** Mediathek. Dieser werde nicht ausreichend dargelegt, sondern pauschal mit dem zentraleren und thematisch strukturierten Zugriff auf TV- und Hörfunksendungen sowie der Möglichkeit der zeit- und ortunabhängigen Nutzung begründet und eine Veränderung der Rezeptionsmöglichkeiten unterstellt. Dies gelte umso mehr, als schon heute die Programme im Internet verbreitet und Sendungen in verschiedenen Formen angeboten würden.

Die länderübergreifende Ausrichtung des **rbb** stelle keinen Mehrwert dar, der wettbewerbliche Auswirkungen rechtfertigen könne. Wenn in Berlin und Brandenburg hinreichende, auch nicht länderübergreifende Informationsportale von privaten Rundfunksendern und Verlegern bestünden, sei eine Abwägungsentscheidung zu treffen. Der Regionalbezug sei kein Alleinstellungsmerkmal; es gebe viele lokale und regionale TV- und Radioangebote für den Berlin-Brandenburger Raum.<sup>74</sup>

Eine Abgrenzung zu bestehenden öffentlich-rechtlichen Angeboten erfolge unzureichend. Es werde nur auf die ARD-Mediathek verwiesen. Das Konzept hebe hervor, dass die regionale Berichterstattung der **rbb** Mediathek einen publizistischen Mehrwert bedeute, den die ARD-Mediathek nicht bieten könne. Dies widerspreche den Ausführungen zur ARD-Mediathek, die sich gerade dadurch von der DasErste-Mediathek abhebe, weil sie auf alle ARD-Inhalte - sowohl regional als auch national - zugreife. Nur durch eine saubere Abgrenzung der Angebote lasse sich eine Doppelfinanzierung vermeiden. Diese Abgrenzung erfolge hier nicht.<sup>75</sup>

Im Übrigen verweist der VPRT auf seine Ausführungen zum Alleinstellungsmerkmal der Werbefreiheit in seiner Stellungnahme zu **rbbonline**.<sup>76</sup> Dort meint er, die Werbefreiheit sei kein Alleinstellungsmerkmal. Sie könne als gesetzliche Vorgabe nicht zur Begründung eines besonderen publizistischen Mehrwertes herangezogen werden.<sup>77</sup>

---

<sup>72</sup> Marktgutachten, Ziffer 11.1, S. 103

<sup>73</sup> Stellungnahme VPRT zu **rbbonline**, S. 22

<sup>74</sup> Stellungnahme VPRT, S. 3

<sup>75</sup> Stellungnahme VPRT, S. 2

<sup>76</sup> Stellungnahme VPRT, S. 1

<sup>77</sup> Stellungnahme VPRT zu **rbbonline**, S. 8, 41

In seiner Stellungnahme zu **rbb**online führt der VPRT zudem aus, dass die barrierefreie Gestaltung der **rbb**-Angebote ebenso wenig ein Alleinstellungsmerkmal sei, da sie zu dem Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gehöre.<sup>78</sup>

## 2. Ausführungen der Intendantin

Zur Bestimmung des Beitrages zum publizistischen Wettbewerb habe der **rbb** im ersten Schritt das Wettbewerbsumfeld analysiert und dafür auf die Analysen zu **rbb**online zurückgegriffen. In dem dortigen Dreistufentest-Verfahren habe er zwei Forschungsinstitute beauftragt sowie zahlreiche Online-Studien und Ergebnisse der **rbb** Medienforschung ausgewertet. Auch das vom **rbb**-Rundfunkrat beauftragte Gutachten habe das Wettbewerbsumfeld dargestellt. Diese Ergebnisse seien ebenfalls berücksichtigt worden. Zusätzlich seien aktuelle Studien gesichtet und die Ergebnisse der **rbb**-Onlinestudie 2011 des Forschungsinstituts Mindline ausgewertet worden.

Es seien in dem damaligen Verfahren 60 direkte Wettbewerber für **rbb**online ermittelt worden. Hauptwettbewerber seien die Onlineangebote der regionalen Medienunternehmen gewesen. Wichtigstes inhaltliches Kriterium sei der regionale Bezug zu Berlin und Brandenburg gewesen. Zudem sei untersucht worden, inwieweit Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung angeboten würden. Wichtigstes formales Kriterium seien vergleichbare Angebote bei den Formaten gewesen. Dabei sei geprüft worden, ob und in welchem Umfang Wettbewerber Videos und/oder Audios anbieten. Ein Drittel der Angebote sei sodann beispielhaft anhand qualitativer Kriterien untersucht und mit den Angeboten von **rbb**online inhaltlich verglichen worden.<sup>79</sup>

Die **rbb** Mediathek werde Formate und audiovisuelle Inhalte enthalten, die sich bereits in den vorbeschriebenen Untersuchungen zu **rbb**online befunden hätten. Neue Inhalte unterschieden sich in Typ, Format und inhaltlicher Ausrichtung nicht von den bisherigen Audios und Videos. Die Inhalte der Mediathek seien somit bereits geprüft worden. Das Wettbewerbsumfeld einer **rbb** Mediathek gelte im Vergleich zum Telemedienbestand des **rbb** somit als weitgehend identisch. Zur Überprüfung dieser Annahme habe der **rbb** einen Teil der bereits definierten Wettbewerber und weitere mögliche Wettbewerber noch einmal analysiert. Es seien Netzrecherchen durchgeführt worden und mutmaßliche Wettbewerberangebote nach den für die Bestandsuntersuchung definierten Kriterien begutachtet worden. Ergebnis sei, dass auch für die **rbb** Mediathek als wesentliche Wettbewerber die Webseiten von regionalen Medienhäusern gelten würden, deren Schwerpunkt die Berichterstattung in Berlin und Brandenburg sei. Dies seien Internet-Angebote von Presse-Anbietern sowie lokale oder regionale TV- und Radiosender.<sup>80</sup>

Die **rbb** Mediathek spiegle die an Themen und Genres breite Palette qualitativ hochwertiger AV-Medien wider. Durch den besseren Zugriff werde die Zuschauer-

---

<sup>78</sup> Stellungnahme VPRT zu **rbb**online, S. 47

<sup>79</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 5.1, S. 11

<sup>80</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 5.1, S. 11

bindung unterstützt. Über die **rbb** Mediathek könne zusätzlich auf Programminhalte der Sendungen hingewiesen werden. Die Nachfrage nach Audios und Videos sei hoch, die Resonanz der Nutzer der bislang in der ARD bestehenden Mediatheken sei ausgesprochen positiv. Nachfrage und Abrufe von Audios und Videos seien auch beim **rbb** in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Über eine gezielte Schwerpunktsetzung sei es möglich, für die Menschen in der Region wichtige Ereignisse zu thematisieren und zur Identifizierung mit der Region beizutragen. Wegen der Unterschiede zwischen dem ländlichen Raum und der Metropole sowie der ethnischen und kulturellen Vielfalt sei dies für Berlin-Brandenburg sehr wichtig. Über die ARD-Mediathek gelinge dies nicht, da diese nationale und internationale Schwerpunkte setze. Alle Landesrundfunkanstalten hätten die große Bedeutung der regionalen Schwerpunktsetzung erkannt und böten daher eigenständige Mediatheken oder mediathekenähnliche Angebote an.<sup>81</sup>

Die **rbb** Mediathek berichte - ebenso wie **rbbonline** - am ausgiebigsten über die Länder Berlin und Brandenburg. Die Angebotsmischung anderer Mediatheken sei stark von Videos mit nationalen oder internationalen Themen und teils von Unterhaltung geprägt. Nur lokale Anbieter böten auch lokale Videos an. Teilweise fänden sich zwischen redaktionellen Beiträgen nur schwer als solche identifizierbare Werbefilme. Einige Wettbewerber böten weitgehend identische Mediatheken an. Der Anteil selbst produzierter, regional bezogener Videos sei gering. Die Kooperation des **rbb** mit dem „Tagesspiegel“ zeige das Interesse an hochwertigen regionalen Bewegtbildinhalten. Bei Anbietern mit hohem Audioanteil (Radiosender) sei der regionale Anteil ebenfalls gering. Mediatheken mit Videos und Audios gebe es sehr wenig. Eine vergleichbare Angebotsmischung und Angebotsvolumen biete nur noch das öffentlich-rechtliche Angebot des MDR. Dies decke jedoch die Region Berlin-Brandenburg nicht ab.

Die **rbb** Mediathek erlaube Nutzer-Interaktion durch verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten wie die Bewertung einzelner Videos und Audios, die Möglichkeit der Weiterempfehlung oder des Kommentierens und eine Lesezeichenfunktion für die Verlinkung mit Social Media.

Die **rbb** Mediathek sei redaktionell-journalistisch veranlasst und werde redaktionell betreut. Die Anforderungen des Jugendschutzes würden durch eine Zeitsteuerung erfüllt, die den Abruf von entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten nur in den Nachtstunden zulasse. Die Mediathek werde redaktionell und technisch weiterentwickelt.

Audio- und Videoangebote seien durch die **rbb** Mediathek schnell auffindbar. Damit sei eine von dem Institut Aserto erkannte Schwäche im Angebot **rbbonline** behoben. Die Mediathek biete eine einfache und schnelle Möglichkeit, sich einen Überblick über Themen und Ereignisse zu verschaffen, sich zu orientieren und so an der Informationsgesellschaft teilzuhaben.

Die **rbb** Mediathek sei weitgehend barrierefrei (vgl. oben Erste Stufe, Ziffer II.2, S. 15).

---

<sup>81</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 5.2, S. 12

Sie berücksichtige neue medientechnische Entwicklungen, indem sie die Basis für eine Mediathek in einem möglichen HbbTV-Regelbetrieb bilde.

Die **rbb** Mediathek sei zentraler Zugang zur hochwertigen Video- und Audioberichterstattung des **rbb** und erfülle damit die Anforderungen nach einer zunehmend individualisierten und zeit- und ortsunabhängigen Nutzung. Sie biete individuelle Information, trage zur Meinungsbildung bei und zur Teilhabe an der Informationsgesellschaft.<sup>82</sup>

Für die Annahme einer Abwägungsentscheidung unterstelle der VPRT die Einrichtung eines Informationsportals, ohne zu erläutern, was darunter zu verstehen sei.<sup>83</sup>

Eine Abgrenzung zu anderen bestehenden öffentlich-rechtlichen Mediatheken habe entgegen der Ansicht des VPRT stattgefunden. Mit einer eigenen Mediathek könne der **rbb** konkreter auf die Interessen und Bedürfnisse der Berliner und Brandenburger eingehen. Wie bereits in dem Telemedienkonzept ausgeführt, biete diese Regionalität die ARD-Mediathek nicht. Die **rbb**-Inhalte, die sich in der ARD-Mediathek fänden, würden dennoch nicht reduziert, denn so könnten auch Nutzer aus anderen Bundesländern auf das **rbb**-Angebot aufmerksam gemacht werden. Eine vom VPRT unterstellte Doppelfinanzierung finde nicht statt.<sup>84</sup>

Ein ausführlicher Hinweis auf die Werbefreiheit als Alleinstellungsmerkmal, die selbstverständlich auch die **rbb** Mediathek kennzeichnen werde, sei entbehrlich. Auf sie sei in dem Telemedienkonzept lediglich im Rahmen der Überprüfung der gesetzlichen Vorschriften hingewiesen worden.<sup>85</sup>

Die Intendantin hält zudem den Begriff des „Mehrwerts“ für unzutreffend und verweist insoweit ausdrücklich auf die Kommentierungen des **rbb** und der ARD.<sup>86</sup>

### **3. Entscheidung des rbb-Rundfunkrates / Bewertung des publizistischen Nutzens (Abwägungsprozess)**

#### **a) Begründung des Verweildauerkonzepts**

Für die **rbb** Mediathek gilt das Verweildauer- und Archivkonzept zu **rbbonline**. Dieses hatte der Rundfunkrat in dem dortigen Verfahren nach ausführlicher Beratung genehmigt. Dem gingen Änderungen voraus, die der **rbb** auf entsprechende Forderungen des Rundfunkrates hin vorgenommen hatte. Auch der VPRT nimmt in dem hiesigen Verfahren nicht noch einmal Stellung. Der Rundfunkrat verweist auf seine Ausführungen zu **rbbonline**.<sup>87</sup>

---

<sup>82</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 5.2, S. 14 f.

<sup>83</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Ziffer 2, S. 2

<sup>84</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Ziff. 2, S. 2 f.

<sup>85</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Vorb., S. 1

<sup>86</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Vorb., S. 1

<sup>87</sup> Entscheidungsbegründung **rbbonline**, Zweite Stufe, Ziffer II.2 c), S. 56 f.



## b) Grad der marktlichen Auswirkungen

Wie bereits festgestellt, wird die **rbb** Mediathek zu keinen Marktverzerrungen führen. Einzig der Markt der werbefinanzierten Video-Abrufangebote wird betroffen sein, jedoch nur in geringem Umfang. Dies führt nach Einschätzung des Gutachters und auch des Rundfunkrates nicht zu einer nachhaltigen Beeinträchtigung der ökonomischen Situation der Wettbewerber. Auch in Zukunft wird sich hieran nichts ändern, da der Fokus der **rbb** Mediathek auf regionalen Informationen liegt, nicht aber auf fiktionalen Unterhaltungsangeboten wie Soaps, die in anderen Mediatheken in teils größerem Umfang enthalten und beliebt sind. Auch aufgrund des im Internet allgemein wachsenden Angebotes an Online-Videoinhalten wird der Markteinfluss auf einem vergleichbaren geringen Niveau bleiben.<sup>88</sup>

## c) Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs und Vergleich mit den publizistischen Wettbewerbern

Der **rbb**-Rundfunkrat stellt zunächst klar, dass es seiner Auffassung nach keines publizistischen Mehrwertes bedarf. Weder der RStV noch dessen amtliche Begründung zum 12. RÄStV nennen diese Voraussetzung. Maßgeblich ist vielmehr, ob das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt, § 11f Abs. 4 S. 2 Nr. 2 RStV. Hierzu bedarf es der Bestimmung von allgemeinen Qualitätskriterien, ohne dass eine skalierbare Messbarkeit der Qualität verlangt werden kann und darf. Der **rbb**-Rundfunkrat hält die von der Intendantin genannten Kriterien - insbesondere diejenigen aus dem Verfahren zu **rbbonline** - für geeignet, um die Qualität eines Angebots zu evaluieren.

Der **rbb**-Rundfunkrat hatte sich darüber hinaus selbst im Rahmen des Dreistufentest-Verfahrens zu **rbbonline** in Workshops, Expertenhearings, durch zusätzliche Gutachten sowie durch eine von der GVK erstellte Arbeitshilfe zur Qualitätsevaluation von Telemedienangeboten intensiv mit der Frage befasst, wie und nach welchen Kriterien der publizistische Beitrag eines Angebots in qualitativer Hinsicht erfasst werden kann. Die in dem Bestandsverfahren zu **rbbonline** herangezogenen Kriterien gelten auch für die **rbb** Mediathek, weswegen der Rundfunkrat zunächst auf seine dortigen Ausführungen verweist.<sup>89</sup> Unter Berücksichtigung des gesetzlichen Auftrages und des speziellen Telemedienauftrages gemäß § 11, 11d Abs. 3 RStV hat der Rundfunkrat insbesondere danach gefragt, ob auch die geplante **rbb** Mediathek einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen geben wird; ob sie integrierend wirken wird; ob sie der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung sowie der Kultur dienen wird; ob die Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung gewahrt werden wird sowie die Meinungsvielfalt und die Ausgewogenheit und ob allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten sowie die Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden wird. Wichtig war dem Rundfunkrat vor allem der Regionalbezug zu Berlin und Brandenburg, die Abrufbedingungen für die Videos und Audios, die Interaktivität, die Nutzerführung, die Barrierefreiheit und die Sicherheit. Die Verweildauer der einzelnen Videos und Audios ist

<sup>88</sup> so auch Goldmedia, Marktgutachten, Ziffer 1.7, S. 10

<sup>89</sup> Entscheidungsbegründung **rbbonline**, Zweite Stufe, Ziffer II.1 c, S. 69 f.

ebenfalls von Bedeutung. Das entsprechende Konzept hatte der Rundfunkrat aber bereits in dem Bestandsverfahren zu **rbb**online genehmigt.

Der **rbb**-Rundfunkrat hält die Analyse der Wettbewerber sowohl von Goldmedia als auch von der Intendantin für schlüssig. Beide ermittelten als Hauptwettbewerber die Webseiten von regionalen Medienhäusern, d. h. Internet-Angebote von Presse-Anbietern und von lokalen oder regionalen TV- und Radiosendern.<sup>90</sup> Die Intendantin geht zutreffend davon aus, dass das Wettbewerbsumfeld einer **rbb** Mediathek im Vergleich zum Telemedienbestand weitgehend identisch ist und stützt sich daher zu Recht auf die zu **rbb**online erstellten Analysen.

Auf Grundlage eigener Recherchen sowie der Recherchen von Goldmedia und der Intendantin hat der **rbb**-Rundfunkrat die ermittelten Wettbewerber mit der **rbb** Mediathek verglichen. Er stellte fest, dass die **rbb** Mediathek als einzige die von dem Rundfunkrat geforderten Kriterien erfüllt.

Ebenso wie bei **rbb**online hält der Rundfunkrat das Kriterium des Regionalbezuges und damit den Umstand, dass die **rbb** Mediathek im Vergleich zu den Wettbewerbern einen besonders umfassenden Bezug zu Berlin und Brandenburg herstellt, für entscheidend. Dieser Bezug ist dadurch gewährleistet, dass die **rbb** Mediathek das Programm des **rbb** über **rbb**online abbildet. Dieses bietet unter anderem ein ausgeprägtes und vor allem regelmäßiges und tagesaktuelles Informations- und Nachrichtenangebot sowohl für Berlin (z. B. Berliner Abendschau) als auch für Brandenburg (z. B. Brandenburg aktuell). Über die Internetauftritte von Antenne Brandenburg und radioBERLIN 88,8 werden Brandenburger und Berliner Nutzer bedient. Kulturradio.de, inforadio.de und radioeins.de bieten ebenso wie fritz.de ein regionsübergreifendes Angebot. Die Angebote vieler Wettbewerber bieten hingegen kein tagesaktuelles regelmäßiges Informationsangebot.

Kein anderer Wettbewerber weist einen derart umfassenden Regionalbezug auf. Auch die Gutachter von Goldmedia kommen zu dem Ergebnis, dass keine Wettbewerber vorhanden sind, die Video- und Audioangebote mit einem Regionalbezug zu Berlin und Brandenburg in vergleichbarer Intensität offerieren. Der VPRT meint zwar, es könne bereits über die ARD-Mediathek auf regionale Inhalte zugegriffen werden. Dies genügt nach Ansicht des Rundfunkrates jedoch nicht. Die ARD-Mediathek bietet nur über „Kategorien/In der Region“ die Möglichkeit, regionale Angebote aufzurufen. Der Rundfunkrat fand in dieser Übersicht teilweise kein einziges **rbb**-Angebot. Der Schwerpunkt der ARD-Mediathek liegt deutlich auf nationalen Themen. Auch aus den übrigen Landesrundfunkanstalten werden nur wenige Videos bzw. Audios angeboten. Dass diese Unterpräsenz regionaler Angebote nicht ausreichend ist, um das für den Rundfunkrat wichtige Kriterium des Regionalbezuges umzusetzen, ist augenscheinlich. Der Rundfunkrat hält eine eigene **rbb** Mediathek daher für erforderlich. Diese Notwendigkeit haben im Übrigen auch die anderen Landesrundfunkanstalten der ARD erkannt, weswegen diese bereits eigene Mediatheken vorhalten. Der **rbb** füllt mit seiner geplanten Mediathek somit eine bis dato bestehende Lücke seines Angebotes. Auch und gerade wegen der besonderen Bedeutung von Berlin und Brandenburg während der Zeit der Teilung Deutschlands

---

<sup>90</sup> Marktgutachten, Ziffer 9, S. 74; Telemedienkonzept, Ziffer 5.1, S. 11

hat der **rbb** nach Ansicht des Rundfunkrates den Auftrag, mit entsprechender Sensibilität die teilweise unterschiedlichen regionalen Bedürfnisse der Berlinerinnen und Brandenburger zu bedienen. Mit einem ausgewogenen Angebot, das über die **rbb** Mediathek schnell erreichbar ist, leistet der **rbb** einen wichtigen Beitrag für die gesamte Region, ohne die individuellen Bedürfnisse der Menschen zu vernachlässigen. Dies wird die **rbb** Mediathek beispielsweise auch von der Mediathek des MDR unterscheiden, die - selbstverständlich - eben gerade keinen ausgeprägten Regionalbezug zu Berlin und Brandenburg bietet.

Auch der Vergleich mit Onlineangeboten lokaler Anbieter wie beispielsweise Potsdam TV, Elbe-Elster TV, Lausitz TV, Berlin TV sowie mit den Onlineangeboten der regionalen Tagespresse und regionaler Hörfunksender bestätigt, dass nur der **rbb** einen umfassenden Regionalbezug sowohl zu Berlin als auch zu Brandenburg liefert. Lokale Anbieter konzentrieren sich auf ein eng gezogenes Sendegebiet bzw. berichten schwerpunktmäßig entweder über Berlin oder über Brandenburg (wie beispielsweise die Regionalzeitungen). Sofern diese Anbieter Mediatheken bereitstellen, finden sich dort nur einige wenige, stark ortsbezogene Beiträge. Viele Wettbewerber bieten jedoch keine Mediathek an (wie beispielsweise Teltowkanal oder Ruppiner TV oder die Regionalpresse). Teilweise gestaltet sich bereits die Suche im Internet nach verschiedenen lokalen Anbietern schwierig. Häufig sind die Internetauftritte der Anbieter auch von umfangreicher Werbung durchsetzt. Die Onlineangebote der Hörfunksender enthalten überwiegend (Video)Clips zu Musik, Kultur und Lifestyle, die zudem häufig keinen konkreten Regionalbezug aufweisen.

Der Rundfunkrat hält es nicht für bedenklich, dass einzelne Videos oder Audios des **rbb** auch weiterhin in der ARD-Mediathek vorgehalten werden. Zum Einen handelt es sich nur um wenige Beiträge. Zum anderen ist es Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, eine möglichst große Zielgruppe zu erreichen. Darüber hinaus ist auch eine Doppelfinanzierung, wie sie der VPRT vermutet, nach Aussage der Intendantin insoweit nicht zu befürchten.

Die **rbb** Mediathek wird gemäß gesetzlichem Auftrag die Bereiche Bildung, Kultur und Unterhaltung bieten - ebenfalls mit einem ausgeprägten Regionalbezug. Dies hat der Rundfunkrat bereits für **rbbonline** in dem seinerzeitigen Bestandsverfahren festgestellt. Nichts anderes gilt für die **rbb** Mediathek, die eben jene Audios und Videos bündelt, die **rbbonline** bereit hält. Der Rundfunkrat verweist auf seine Ausführungen zu **rbbonline**, auch hinsichtlich weiterer Kriterien, die **rbbonline** erfüllt und damit auch die **rbb** Mediathek auszeichnen.<sup>91</sup> Auch Goldmedia stellte insoweit fest, dass die Wettbewerber publizistisch ein weit weniger breites Angebot als der **rbb** anboten.

Entgegen der Ansicht des VPRT in dem Verfahren zu **rbbonline** hält der Rundfunkrat auch die Barrierefreiheit für ein geeignetes Qualitätsmerkmal. Die weitestgehende Barrierefreiheit der **rbb** Mediathek unterscheidet diese denn auch von den Wettbewerbern. Sowohl im Telemedienkonzept als auch in den von dem Rundfunkrat nachträglich eingeforderten Ausführungen erläutert die Intendantin anschaulich die verschiedenen Maßnahmen. Die **rbb** Mediathek wird in ihrer Darstellung den

---

<sup>91</sup> Entscheidungsbegründung **rbbonline**, Zweite Stufe, Ziffer III.2 d, S. 77 ff.

Vorgaben des in der ARD vereinbarten Maßnahmenkataloges, der auf der Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik (BITV) beruht, folgen. Der Rundfunkrat verweist auf seine obigen Ausführungen (Erste Stufe, Ziffer II.3, Seite 15 f.).

Ein entscheidendes Kriterium für eine Mediathek ist ihre Handhabbarkeit. Sie muss den leichten und unkomplizierten Zugang zu den in ihr vorgehaltenen Videos und Audios bieten und eine einfache und klare Navigation ermöglichen. Sie muss einen Überblick über aktuelle Themen geben können, damit sich der Nutzer schnell orientieren kann. Auch Nutzer, die ungeübt sind im Umgang mit Mediatheken, sollen sich zurechtfinden können. Ziel ist die Stärkung der Medienkompetenz. All dies wird die **rbb** Mediathek laut den Ausführungen im Telemedienkonzept bieten, unter anderem durch zentrale Elemente auf der Einstiegsseite wie Teaser für aktuelle Videos und Audios sowie Schwerpunktthemen, eine professionelle Suche, eine Kalenderfunktion, die Möglichkeit alphabetischer Sortierung und weitere Filterfunktionen, nach denen Audios und Videos aufgelistet werden können.<sup>92</sup>

Auch die Möglichkeit zur Interaktion hält der Rundfunkrat angesichts der fortschreitenden Entwicklung hinsichtlich der Beteiligung über das Internet für wichtig. Wie die Intendantin in dem Telemedienkonzept mitteilt, können Nutzer beispielsweise Audios und Videos bewerten, an andere Nutzer weiterempfehlen oder kommentieren. Zusätzlich wird eine Lesezeichenfunktion für die Verlinkung mit Social Media angeboten werden.<sup>93</sup>

Die **rbb** Mediathek darf als öffentlich-rechtliches Angebot insbesondere nicht gegen die Jugend- und Datenschutzbestimmungen verstoßen. Die Intendantin teilte bereits in dem Verfahren zu **rbbonline** mit, dass über die Einhaltung entsprechender Vorschriften eine unabhängige Datenschutzbeauftragte und eine Jugendschutzbeauftragte wachen. Der **rbb** achte insbesondere im Rahmen der Berichterstattung über Gewalt und Sexualität auf Sachlichkeit und vermeide Darstellungen physischer und psychischer Gewalt. Da die **rbb** Mediathek die Videos und Audios des Gesamtangebots **rbbonline** bündelt, entspricht auch sie den Jugend- und Datenschutzbestimmungen. Darüber hinaus teilt die Intendantin in ihrem Telemedienkonzept zur **rbb** Mediathek mit, dass diese redaktionell-journalistisch veranlasst und redaktionell betreut würde und dass die Anforderungen des Jugendschutzes eine Zeitsteuerung erfülle, die den Abruf von möglicherweise entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten nur in den Nachtstunden zulasse. Der Rundfunkrat hält diese Maßnahmen für ausreichend, aber auch notwendig.

Entgegen der Ansicht des VPRT hält der **rbb**-Rundfunkrat auch die Werbefreiheit für ein maßgebliches Qualitätskriterium und zudem für ein Alleinstellungsmerkmal. Er verweist insoweit auf seine Ausführungen in der Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**.<sup>94</sup>

---

<sup>92</sup> Telemedienkonzept, u.a. Ziffer 3.5, S. 9

<sup>93</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 5.2, S. 13

<sup>94</sup> Entscheidungsbegründung **rbbonline**, C) Zweite Stufe, Ziffer III.2 d, S. 80

### **III. Meinungsbildende Funktion anhand vorhandener vergleichbarer öffentlich-rechtlicher und privater Angebote**

Die vorstehenden Ausführungen zeigen, dass der geplanten **rbb** Mediathek auch bei Berücksichtigung bereits vorhandener vergleichbarer Angebote eine meinungsbildende Funktion zukommt. So wird die **rbb** Mediathek weitestgehend barrierefrei gestaltet werden durch eine einfache Navigations- und Seitenstruktur sowie eine geringe Navigationstiefe. Dies erleichtert auch Nutzern mit wenig Interneterfahrung, Audios und Videos über Berichterstattungen schnell und unkompliziert abzurufen, wodurch sie in Diskussionen gesellschaftlich relevanter Themen einbezogen werden. Insbesondere über die beschriebenen Interaktionsmöglichkeiten wie beispielsweise Bewertungsmöglichkeiten einzelner Beiträge trägt die **rbb** Mediathek zur Meinungsbildung bei. Die Nutzer werden so aktiv in das politische und gesellschaftliche Geschehen eingebunden. Da die **rbb** Mediathek ebenso wie **rbbonline** werbefrei ist, lenkt den Nutzer auf seiner Suche auch keine plötzlich sich öffnende Werbung ab. Über das umfassende regionale Gesamtangebot **rbbonline**, das die **rbb** Mediathek abbildet, leistet sie darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung für das gesellschaftliche Leben in der Region Berlin-Brandenburg. Kein anderer Wettbewerber bietet diesen Bezug, den der Rundfunkrat für unerlässlich hält.

### **IV. Publizistischer Beitrag - Gesamtergebnis**

Der **rbb**-Rundfunkrat kommt unter Berücksichtigung der Quantität und Qualität der vorhandenen Angebote sowie des Umstandes, dass die marktlichen Auswirkungen der geplanten **rbb** Mediathek gering sind und ihr auch im Vergleich zu den bereits vorhandenen vergleichbaren Angeboten eine meinungsbildende Funktion zukommt, zu dem abschließenden Ergebnis, dass die **rbb** Mediathek in qualitativer Hinsicht einen positiven und besonderen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leistet.

## Dritte Stufe: Der finanzielle Aufwand für die rbb Mediathek

Auf der dritten Stufe prüft der **rbb**-Rundfunkrat, welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist, § 11f Abs. 4 S. 2 Nr. 3 RStV.

### I. Stellungnahme VPRT

Der VPRT fordert eine Präzisierung des finanziellen Aufwandes, die eine transparente Einzelkostenzuordnung ermöglichen soll. Dies gelte auch deswegen, weil der **rbb** laut der auf der Sitzung des Rundfunkrates am 24. Juni 2010 vorgestellten Sparszenarien mit steigenden Kosten im Onlinebereich kalkuliere. Das Telemedienkonzept nenne vier Kostenstellen, von denen aber nur eine vage beziffert werde.

Hinsichtlich der Einmalkosten für die Produktion des Angebots fehlten Angaben zu den indirekten Kosten - etwa ob auch in anderen Produktionsbereichen, wie beispielsweise bei der Audioproduktion, Anpassungen in der technischen Infrastruktur erfolgen müssen.

Die Kosten für die redaktionelle Betreuung seien nicht beziffert. Das Telemedienkonzept benenne als redaktionelle Arbeiten u. a. die Verwaltung und Kategorisierung der Videos und Audios mit Metadaten und Beschreibungstexten, das Anfertigen von Teasern für aktuelle Audios und Videos, das Anfertigen von Boxen mit redaktionellen Empfehlungen sowie das Anfertigen von speziell für die Online-Angebote produzierte audiovisuelle Inhalte.

Es fehlten entgegen vergleichbarer Telemedienkonzepte Kostensummen zu den Betriebskosten.

Auch fehlten Angaben zur Höhe der Onlinerechte.

### II. Ausführungen der Intendantin

Für die **rbb** Mediathek entstünden voraussichtlich bis zu 80.000 € direkte Kosten. Eine exakte Kalkulation könne erst nach der technischen Feinspezifikation erstellt werden, die nur bei einer absehbaren Produktion erfolge. Es handele sich um Einmalkosten für die Produktion der **rbb** Mediathek. Die redaktionelle Betreuung sei im Rahmen der bestehenden Betreuung der audiovisuellen Medien des Telemedienbestandes zu leisten.<sup>95</sup>

Die **rbb** Mediathek führe darüber hinaus zu keinen weiteren zusätzlichen Kosten, da die Audios, Videos und AV-Medien bereits im Telemedienangebot **rbbonline** existierten und für die **rbb** Mediathek keine eigenen oder zusätzlichen Inhalte produziert würden.<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 7, S. 15

<sup>96</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Ziffer 1, S. 2

Hinsichtlich der Betriebs- und Verbreitungskosten sei die **rbb** Mediathek bei den derzeitigen technischen Produktions- und Vertriebswegen kostenneutral. Eine mögliche Veränderung der Betriebsstruktur der ARD-Mediathek könne dazu führen, dass bisher der ARD-Mediathek zugeordnete Betriebskosten künftig auf die ARD-Mandanten und auch auf den **rbb** umgelegt werden könnten. Durch die Veränderung der Vertriebswege könnten höhere Verbreitungskosten entstehen. Angesichts der zunehmenden Nachfrage bei **rbbonline** müsse grundsätzlich mit steigenden Online-Verbreitungskosten gerechnet werden. Der mögliche Anteil einer **rbb** Mediathek hieran könne derzeit nicht beziffert werden.<sup>97</sup> Auf die Nachfrage des VPRT teilt die Intendantin zusätzlich mit, dass die Verbreitungskosten schwer kalkulierbar seien, da sie von der Attraktivität und Bekanntheit der einzelnen Inhalte abhängig seien. Der Abruf von Audios und Videos erzeuge bereits jetzt Verbreitungskosten. Bezugsgröße seien die Zahlen zu **rbbonline**. Es sei noch nicht bekannt, ob aufgrund des einfacheren Zugriffs über die **rbb** Mediathek Steigerungsraten entstünden. Erfahrungsgemäß hingen hohe Zugriffe in erster Linie vom redaktionellen Inhalt ab. In der Tendenz sei aber aufgrund der verbesserten technischen Strukturen und des veränderten Nutzerverhaltens mit einer Steigerung zu rechnen.<sup>98</sup> Im Übrigen sei allseits bekannt, dass beim Verbreitungsweg Internet der Erfolg eines Angebotes zu höheren Kosten führen könne. Allein steigende Verbreitungskosten könnten deshalb schlechterdings die Legitimation öffentlich-rechtlicher Programmangebote im Internet nicht in Frage stellen.

Der **rbb** erwerbe im Rahmen seiner Rechteerwerbsstrategie Onlinerechte für alle für sein Webangebot relevanten Inhalte. Darüber hinaus werde er für die **rbb** Mediathek keine zusätzlichen Onlinerechte erwerben.<sup>99</sup>

Auf die Nachfrage des VPRT teilt die Intendantin zusätzlich mit, dass die vom VPRT erwähnten steigenden Kosten im Onlinebereich Szenario-Überlegungen einer **rbb**-internen Gruppe seien. Ob dieses Szenario umgesetzt werde, sei nicht Thema dieser Kommentierung. Auch seien diese Szenarien primär mit einer anderen Intention entstanden. Es sei aber mit einer Kostensteigerung auszugehen. Die mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Kraft getretenen neuen Regelungen für Telemedienangebote implizierten eben keine Kostendeckelung, da dies der höchstgerichtlichen Rechtsprechung zur Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks widerspreche.<sup>100</sup>

Auf die weitere Kritik des VPRT antwortet die Intendantin, sie gebe gern Auskunft über konkrete Kosten, erachte die Offenlegung dieser Zahlen gegenüber der Öffentlichkeit in dem Telemedienkonzept hingegen nicht für notwendig.

Konkret teilt sie auf die Nachfragen des VPRT mit, dass indirekte Einmalkosten nicht entstünden. Die in dem Konzept genannten direkten Kosten umfassten alle Einmalkosten.

---

<sup>97</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 7, S. 15

<sup>98</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Ziffer 3, S. 3 f.

<sup>99</sup> Telemedienkonzept, Ziffer 7, S. 15

<sup>100</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Ziffer 3, S. 4

Zu dem Punkt Verwaltung und Kategorisierung der Videos und Audios mit Metadaten und Beschreibungstexten erwidert die Intendantin, dass die Videos und Audios bereits jetzt mit solchen Daten versehen würden. Zu dem Punkt Anfertigen von Teasern teilt sie mit, dass bereits jetzt alle Audios und Videos mit Teasern versehen würden. Zu dem Punkt Anfertigen von Boxen mit redaktionellen Empfehlungen teilt die Intendantin mit, dass bereits jetzt Videos und Audios beispielsweise auf Rubrikenseiten redaktionell herausgehoben würden. Mittelfristig könnten die Boxen eher zu einer Kostenreduzierung führen, da Aufwand für einzelne Webseiten entfallen könnte. Zu dem Punkt Anfertigen von speziell für die Online-Angebote produzierten audiovisuellen Inhalten teilt die Intendantin mit, dass für die **rbb** Mediathek solche Inhalte nicht produziert würden.<sup>101</sup>

### III. Entscheidung des Rundfunkrates

Der Rundfunkrat hält die Kostenangaben für ausreichend, insbesondere, weil die Intendantin in ihrer Kommentierung weitere Aufklärung leistete und unter anderem hervorhob, dass die **rbb** Mediathek neben den Einmalkosten zu keinen weiteren zusätzlichen Kosten führen wird. Einer Ergänzung im Telemedienkonzept im Sinne einer Kostenaufschlüsselung über die Angabe der Gesamtsumme hinaus bedarf es nach Ansicht des Rundfunkrates nicht, da sich eine entsprechende Pflicht weder aus dem RStV noch aus der Beihilfeentscheidung der Kommission ergibt. Hintergrund ist, dass es sich bei dem Dreistufentest-Verfahren vornehmlich um ein solches zwischen der Sendeanstalt und den Gremien handelt. Rechte Dritter werden nicht begründet.<sup>102</sup> Darüber hinaus hat auch keine detaillierte rechnerische Kostenanalyse oder die Überprüfung eines effektiven Mitteleinsatzes durch den Rundfunkrat zu erfolgen, da dies gem. § 14 RStV Aufgabe der Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) sowie des Verwaltungsrates und der Rechnungshöfe ist. Aufgabe des Rundfunkrates ist es vielmehr, durch das Dreistufentest-Verfahren sicherzustellen, dass die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Telemedienangebots mit dem europäischen Beihilferecht vereinbar ist. Hierzu ist neben einer genauen Auftragsdefinition auch die Verhinderung einer Überkompensation erforderlich, also einer Finanzierung über das zur Erfüllung des festgelegten öffentlichen Zwecks hinaus. Der Rundfunkrat verweist hierzu vollumfänglich auf seine Ausführungen zu **rbbonline**.<sup>103</sup>

Der Rundfunkrat ist der Auffassung, dass die **rbb** Mediathek mit den veranschlagten Kosten bereit gehalten werden kann. Insbesondere aufgrund der Mitteilung der Intendantin, dass keine zusätzlichen Kosten erwartet werden, besteht nicht die Gefahr einer Kompensation über das zur Auftrags Erfüllung erforderliche Maß hinaus. Dass keine zusätzlichen Kosten entstehen, ist nachvollziehbar, da die Videos und Audios, die in der **rbb** Mediathek bereit gehalten werden, bereits existieren und für die Mediathek keine eigenen oder zusätzlichen Inhalte produziert werden.

Entgegen der Auffassung des VPRT bedarf es keiner konkreteren Kostenaufschlüsselung bzw. Einzelkostenzuordnung, denn es handelt sich bei der im Telemedienkonzept genannten Gesamtsumme von 80.000 € um Einmalkosten für die (techni-

---

<sup>101</sup> Kommentierung der Intendantin zur Stellungnahme des VPRT, Ziffer 3, S. 3 f.

<sup>102</sup> vgl. hierzu auch Entscheidungsbegründung zu **rbbonline**, Dritte Stufe, Ziffer III, S. 84

<sup>103</sup> wie vor



sche) Produktion der **rbb** Mediathek. Wie die Intendantin auf Nachfrage des Rundfunkrates mitteilte, fallen beispielsweise gesonderte Personalkosten daneben nicht an, denn - wie dem Telemedienkonzept bereits zu entnehmen ist - die redaktionelle Betreuung des Basisangebots der **rbb** Mediathek wird im Rahmen der bereits bestehenden Betreuung des Telemedienbestandes erfolgen. Hiervon umfasst sind unter anderem auch die von dem VPRT angesprochenen Leistungen wie das Versorgen der Audios und Videos mit Metadaten und Beschreibungstexten und Teasern oder das Herausstellen von redaktionellen Empfehlungen (Boxen). Mittelfristig rechnet die Intendantin hinsichtlich der Boxen sogar mit einer Kostenreduzierung, da der Aufwand für einzelne Webseiten entfallen könnte. Indirekte Einmalkosten entstehen nach Angabe der Intendantin somit nicht.

Betriebskosten, nach denen der VPRT fragt, fallen nach Auskunft der Intendantin zumindest derzeit nicht an. Für nachvollziehbar hält der Rundfunkrat, dass Verbreitungskosten schwer kalkulierbar sind und dass deren Höhe sich erst zukünftig zeigen wird. Dasselbe gilt für die Onlinekosten. Insoweit trägt der Hinweis des VPRT zu den im Rundfunkrat vorgetragenen Szenarien nicht. Auf der seinerzeitigen Sitzung wurde deutlich herausgestellt, dass es sich jeweils um zukünftige Prognosen der Kostenentwicklung handelt, die auch mögliche Extremsituationen berücksichtigen. Völlig unklar ist zum jetzigen Zeitpunkt, ob und wenn ja welches Szenario eintreffen wird. Zutreffend weist die Intendantin im Übrigen darauf hin, dass der Erfolg eines Angebotes im Internet zu höheren Kosten führen kann. Dies ist dem Verbreitungsweg Internet wesensimmanent und logische Folge des gesetzlichen Auftrages des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Telemedienangebote vorzuhalten. Zumal das Bundesverfassungsgericht die Bestands- und Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auch für neue Verbreitungsformen ausdrücklich anerkannt hat.<sup>104</sup>

Selbstverständlich wird der Rundfunkrat jedoch die Kostenentwicklung der **rbb** Mediathek - insbesondere auch vor dem Hintergrund ggf. zu erwartender Betriebskosten und steigender Verbreitungskosten - beobachten, um auch in Zukunft jegliche Überkompensierung auszuschließen. Zu diesem Zweck fordert er die Intendantin ebenso wie in dem Verfahren zu **rbbonline** vorsorglich auf, ihm bei einer Überschreitung des in dem Telemedienkonzept angegebenen Gesamtaufwandes preisbereinigt um 10 Prozent eine entsprechende Erläuterung vorzulegen. Die Intendantin sagte dies bereits zu. Der **rbb**-Rundfunkrat wird sich sodann erneut mit dem finanziellen Aufwand befassen und entscheiden, ob gemäß den Kriterien der **rbb**-Verfahrensregeln ein neues Dreistufentest-Verfahren einzuleiten ist. Ohnehin wird der Rundfunkrat die **rbb** Mediathek ebenso wie das Gesamtangebot **rbbonline** im Rahmen der Programmkontrolle überwachen.

---

<sup>104</sup> vgl. oben lit. B) Ziffer II.2, S. 9

## D. Gesamtergebnis

Der Rundfunkrat kommt unter Einbeziehung der Stellungnahme des VPRT und des Marktgutachtens sowie der zusätzlichen Ausführungen der Intendantin in den Kommentierungen und ihrem gesonderten Schreiben zu dem Ergebnis, dass die **rbb** Mediathek in der Fassung des Telemedienkonzepts vom Februar 2011 den Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV entspricht und daher vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst ist.

Darüber hinaus weist der **rbb**-Rundfunkrat in seiner Entscheidungsbegründung ausdrücklich darauf hin, was der **rbb** im Rahmen der Auftragserfüllung künftig zu berücksichtigen hat.

In Erfüllung seiner nach § 13 **rbb**-Staatsvertrag übernommenen Aufgaben wird der **rbb**-Rundfunkrat die geplante **rbb** Mediathek seiner nachlaufenden Programmkontrolle unterstellen.