



Angebotsbeschreibung

**Erweiterung des regionalen
Informationsangebots im Internet**

April 2012

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

1. Rechtliche Anforderungen für neue oder veränderte Online-Angebote

2. Mediennutzung und Kommunikationsbedürfnisse

2.1. Kommunikationsbedürfnisse im regionalen Raum

2.2. Die Bedeutung regionaler Informationsangebote

3. Das erweiterte regionale Informationsangebot des rbb im Internet

3.1. Zielgruppe

3.2. Ausrichtung

3.3. Inhalt

3.4. Formate

3.5. Bestandteile

3.6. Verbreitungswege

4. Verweildauer

5. Das erweiterte regionale Informationsangebot des rbb im publizistischen Wettbewerb

5.1. Das Wettbewerbsumfeld

5.2. Der Beitrag zum publizistischen Wettbewerb

6. Perspektive

7. Finanzieller Aufwand

Einleitung

Der **rbb** ist der öffentlich-rechtliche Sender für Berlin und Brandenburg. Die Berichterstattung über alle Bereiche des politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Lebens sowie über den Sport in der Region ist Schwerpunkt seiner Aufgabe und Tätigkeit. Mit seinen Telemedienangeboten erreicht der **rbb** alle Bevölkerungsgruppen in der Region. Der **rbb** trägt damit wesentlich zur individuellen und öffentlichen Meinungsbildung in Berlin und Brandenburg bei.

Im Rahmen des Dreistufentests für das Bestandsangebot von **rbbonline**¹ hat der **rbb** die Bedeutung der regionalen Berichterstattung in seinem Online-Angebot dargestellt. Mit der Startseite **rbb-online.de** sowie den Rubriken Nachrichten, Stadt&Land, Kultur und Ratgeber bietet er bereits ein regionales Informationsportal an. Durch die Erweiterung der Berichterstattung baut der **rbb** die multimediale Darstellung regionaler Themen in diesem Infoportal aus. Er wird damit im Internet besser seinem Auftrag, Anspruch und Selbstverständnis gerecht, für alle Bevölkerungsgruppen umfassend über das Geschehen in der Region zu berichten. Durch seine zuverlässige, schnelle Berichterstattung will der **rbb** - gerade auch in seinem Internetangebot - für die Menschen in Berlin und Brandenburg eine herausragende Informationsquelle und damit unentbehrlich sein.

1. Rechtliche Anforderungen für neue oder veränderte Online-Angebote

In dieser Angebotsbeschreibung wird - wie in § 11f Abs. 4 RStV gefordert - dargelegt, dass die geplante Veränderung des Gesamtangebots **rbbonline** durch die Erweiterung des regionalen Informationsangebots vom Auftrag des **rbb** umfasst ist.

Mit dem Dreistufentest ist darzulegen,

- dass das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht.
- dass das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt.
- wie hoch der Aufwand ist, der für die Erbringung des Angebotes vorgesehen ist.

Das beschriebene Angebotsformat soll dabei - vorbehaltlich anderweitiger Weichenstellungen im Rahmen der Online-Strategie des **rbb** - auf Dauer angelegt sein.² Das erweiterte Informationsportal wird der **rbb** somit dauerhaft und auf allen etablierten Verbreitungswegen technologieneutral anbieten.

Mit dem journalistisch-redaktionell veranlassten und gestalteten Angebot folgt der **rbb** seinem für alle Programminhalte geltenden Programmauftrag als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt³ im Bereich Telemedien. Die Erweiterung des regionalen Informationsangebots im Internet führt nicht zu einem presseähnlichen Angebot. Eine flächendeckende lokale Berichterstattung findet nicht statt. Das Angebot ist - wie **rbbonline** insgesamt - entsprechend den Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrags frei von Werbung und Sponsoring. Das Verbot von Angebotsformen, die Teil der so genannten Negativliste⁴ sind, wird der **rbb** beachten.

Mit der Erweiterung des regionalen Informationsangebots wird das Gesamtangebot **rbb-online.de** weiterhin sowohl Sendungen der Fernseh- und Radioprogramme des **rbb** als auch

¹ Genehmigt vom Rundfunkrat des **rbb** in der Fassung vom August 2010, abrufbar unter www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/Aktuelles_Telemedienkonzept.file.pdf.

² § 11f Abs. 4 S. 4 RStV

³ § 11 RStV

⁴ Anlage zu § 11d Abs. 5 S. 4 RStV

sendungsbezogene ebenso wie nichtsendungsbezogene und originär für die Onlineberichterstattung produzierte Inhalte umfassen. Gleichfalls weiterhin vorgesehen sind unbefristete Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten. Das neue Angebot deckt somit das Spektrum der in § 11d Absatz 2, Ziffer 1, 2, 3 und 4 RStV definierten Inhalte ab, das der Rundfunkrat bereits im Bestandsverfahren genehmigt hat.

2. Mediennutzung und Kommunikationsbedürfnisse

Knapp drei Viertel der deutschsprachigen Erwachsenen ab 14 Jahren nutzen laut (N)Onliner Atlas 2011 das Internet.⁵ Damit sind 52,7 Millionen Bürgerinnen und Bürger⁶ in der Bundesrepublik online. In Berlin nutzen mit 79,3% überdurchschnittlich viele Menschen Onlineangebote. In Brandenburg sind es mit 68,4 % Internetnutzern weniger als der bundesweite Durchschnitt.

Unter den 14- bis 19-Jährigen liegt die Quote der Onlinenutzung nach der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011 deutschlandweit inzwischen bei 100 %, bei den älteren nur wenig darunter. Erst bei den über 50-Jährigen sinkt der Anteil der Onliner auf rund 70 %. Bei den über 60-Jährigen nutzt noch gut ein Drittel das Internet.⁷ Damit sind Online-Angebote 2012 fester Bestandteil des Medienalltags der meisten Bürger in Deutschland geworden.

Die mobile Nutzung des Internets spielt dabei eine immer größere Rolle. Ein Fünftel der deutschen Onliner geht inzwischen auch über mobile Endgeräte, meist Smartphones oder Tablet-PC, online.⁸ Hauptsächlich genutzt werden in erster Linie aktuelle Informationen zu Verkehr und Wetter sowie Nachrichten. Das gilt auch für so genannte Apps zum Abruf von Inhalten über mobile Endgeräte.

Wie wichtig das Internet für die Lebenswelt der Bürger geworden ist, zeigt die Tatsache, dass Onliner darauf am wenigsten verzichten wollen. 75 % der Internetnutzer können sich laut einer BITKOM-Studie ein Leben ohne Internet nicht vorstellen. Dieses rangiert damit klar vor dem Fernsehen. Bei den unter 30-Jährigen wäre nur noch jeder Zehnte bereit, auf das Internet zu verzichten.⁹

2.1. Kommunikationsbedürfnisse im regionalen Raum

Das politische und gesellschaftliche Geschehen in der Region ist für die Berliner und Brandenburger ein Themenfeld, an dem sie großes Interesse zeigen. Nach der **rbb**-Onlinestudie¹⁰ 2011 ist das Interesse an den Ereignissen in der Region mit 47% fast genau so groß, wie das an Informationen über das politische Geschehen in Deutschland (48%) und deutlich höher als das Interesse an internationaler Politik (41%). Lediglich am Wetter (53%) zeigten sich

⁵ Der (N)Onliner Atlas ist laut eigenen Angaben Deutschlands größte Studie zur Internetnutzung seit 2001, in Zusammenarbeit mit der Initiative D21 und TNS Infratest sowie weiteren Projektpartnern wie das BMWi, die deutsche Telekom AG und anderen, abrufbar unter <http://www.nonliner-atlas.de/>, dort S. 12ff.

⁶ „Bürger“, „Nutzer“, „Hörer“ etc. steht im Folgenden sowohl für die männliche als auch für die weibliche Form.

⁷ Eimeren, Birgit van / Frees, Beate, Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht?, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010. Christian, Media Perspektiven 7-8/2011, S. 334-349.

⁸ ebenda, S. 338.f

⁹ BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V., Netzgesellschaft, Eine repräsentative Untersuchung zur Mediennutzung und dem Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland, S. 36. abrufbar unter: www.BITKOM.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Netzgesellschaft.pdf

¹⁰ **rbb**-Onlinestudie 2011, repräsentative Stichprobe (2501 Befragte) unter Online-Nutzern in Berlin und Brandenburg, Mindline Media Berlin.

noch mehr der Befragten interessiert oder sehr interessiert. Bei älteren Nutzergruppen ist das Interesse am Geschehen in der Region dabei etwas höher ausgeprägt, bei den jüngeren Internetnutzern etwas niedriger. Die Analyse bestätigt Ergebnisse weiterer Studien zum Stellenwert von Informationen zum regionalen und lokalen Umfeld der Bürger. Informationsangebote im Netz spielen somit eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung auf allen Ebenen.

Nachrichten gehören generell zu den Inhalten, die die Nutzer im Internet am häufigsten abrufen. 61 % der Onliner nutzen aktuelle Nachrichtenangebote gelegentlich bis häufig.¹¹ Sowohl für besonders aktive Internetnutzer wie für eher selektiv agierende Nutzertypen zeigt sich dabei der „hohe Stellenwert aktueller Nachrichten und Berichte aus Deutschland und der Welt, aber auch aus der Region, in der man lebt.“¹²

Neueste Forschungsergebnisse bestätigen die Bedeutung regionaler Informationsangebote. So verweisen die Autoren Oehmichen und Schröter auf eine gestiegene Nachfrage und Nutzung: „Im Ergebnis lässt sich ein relativ hohes und anwachsendes Nutzungsniveau für regionale Nachrichten und Informationen feststellen. Seit 2007 ist der Anteil derjenigen Online-nutzer, die häufig oder gelegentlich, 'aktuelle Nachrichten und Informationen über die Region, in der sie leben' im Internet rezipieren, von 36 auf 45 % angestiegen. Dies gilt, obwohl aktuelle überregionale Nachrichten und Informationen im Netz eine noch größere und ebenfalls zunehmende Aufmerksamkeit erfahren als solche aus der Region...“¹³

Diese Analyse bestätigt die **rbb**-Onlinestudie¹⁴ 2011. So gab etwa ein Fünftel der Befragten (19%) an, bei der Information über das politische Geschehen in der Region als erstes Medium das Internet zu nutzen. Das sind etwa genauso viele (20%) wie bei der Informationssuche zu bundesweit bedeutsamen Ereignissen. Das Internet liegt damit auf der regionalen Ebene inzwischen vor Hörfunkangeboten (regional 14% / deutschlandweit 11%). Wichtigste erste Informationsquellen sind noch die Tageszeitungen (32%/28%) und Fernsehprogramme (26%/36%).

Die Ergebnisse gelten auch für die im Bundesland Berlin besonders hohe Zahl von Menschen mit Migrationshintergrund. Deren Bedürfnisse unterscheiden sich nach der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2011“ wenig von der Gesamtbevölkerung.¹⁵ Diejenigen Migranten, die das Internet häufig nutzen, rufen dabei vor allem Informationen in deutscher Sprache ab. „Deutschsprachige Angebote werden insgesamt in allen Ethnien und über alle Altersgruppen hinweg mit größerer Regelmäßigkeit konsumiert als heimat-sprachige Angebote“, stellen die Autoren Müller und Beisch fest.¹⁶ „Etwa ein Drittel der Online-Stammnutzer mit Migrationshintergrund (35 %) greift ausschließlich auf deutschsprachige Internetseiten an vier bis sieben Tagen in der Woche zurück.“ Der Studie zufolge geben lediglich fünf Prozent an, heimat-sprachige Angebote häufiger als deutschsprachige zu nutzen.

¹¹ Eimeren, Birgit van / Frees, Beate, Drei von vier Deutschen im Netz - ein Ende des digitalen Grabens in Sicht?, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010. Christian, Media Perspektiven 7-8/2011, S. 343.

¹² Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian, Alltagswirklichkeit der Internetnutzung, Zur Typologie der Aktiv-, Rand- und Nichtnutzer des Internets, Media Perspektiven 10/2010, S. 461.

¹³ Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian, Internet zwischen Globalität und Regionalität, Die Bedeutung der Region für das Internet, Media Perspektiven 4/2011, S. 186.

¹⁴ **rbb**-Onlinestudie 2011, repräsentative Stichprobe (2501 Befragte) unter Online-Nutzern in Berlin und Brandenburg, Mindline Media Berlin.

¹⁵ Müller, Thorsten / Beisch, Natalie, Onlinenutzung von Migranten, Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011, Media Perspektiven 10/2011, S.497. S.a. Simon, Erk / Neuwöhner, Ulrich, Medien und Migranten 2011, Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Untersuchung der ARD/ZDF-Medienkommission.

¹⁶ ebenda, S.497.

Generell ist das Internet für Online-Nutzer in Berlin und Brandenburg bei der Informationssuche zu vielen Themenbereichen inzwischen das Medium der ersten Wahl. Die Bevorzugung gilt dabei insbesondere für jüngere Nutzer. Fast die Hälfte der 14-29-Jährigen informiert sich zunächst online.¹⁷

2.2. Die Bedeutung regionaler Informationsangebote

In der Angebotsbeschreibung für das Telemedienangebot **rbb-online.de** hat der **rbb** 2009 bereits Anforderungen an regionale Informationsangebote und Nutzeranforderungen mit Blick auf seine regionale Berichterstattung beschrieben. Die Region bildet neben dem lokalen Raum das unmittelbare Lebensumfeld der Menschen. Informationen über das aktuelle Geschehen in diesem Lebensumfeld haben einen besonders hohen Stellenwert. Den regionalen Raum definieren Bürger sehr individuell. Während er in ländlichen Gebieten oft größere geographische Räume umfasst, bezieht er sich in Großstädten auch auf kleinere Räume, bis hin zu Stadtteilen.

Eine wichtige Ordnung finden regionale Räume vor allem durch Sprache, Kultur, Geschichte, Geographie und die politischen Strukturen. Hier nehmen die Bundesländer Berlin und Brandenburg mit ihrer wechsellvollen, unterschiedlichen Geschichte eine besondere Stellung ein. Bis heute ist der Prozess des Zusammenwachsens nach der Wende 1989 nicht abgeschlossen. In der gesellschaftlichen und politischen Debatte immer noch häufig verwendete Begriffe wie „Ost“ und „West“, „Multikulti-Metropole“ und „dünnbesiedeltes Flächenland“, „Hauptstadt“ und „Speckgürtel“ beschreiben in ihrer scheinbaren Gegensätzlichkeit nur die Herausforderungen, die beide Regionen miteinander verbinden.

Die Bedeutung des Internets für den regionalen Raum wird nach der Analyse von Oehmichen und Schröter bislang noch „relativ wenig wahrgenommen und diskutiert. Allenfalls wird das Internet als neuer Wettbewerber im Feld der vorhandenen lokalen bzw. regionalen Informations- und Kommunikationsmedien beobachtet“, stellen die Autoren fest und sagen voraus: „Je mehr das Internet in allen seinen funktionalen Facetten den privaten Alltag durchdringt und sich über die professionell-berufliche Anwendungssphäre der Anfangsjahre hinaus entwickelt, umso interessanter werden auch seine Informations- und Kommunikationsangebote im lokalen oder regionalen Raum.“¹⁸

Die Autoren weisen dabei darauf hin, dass sich die Nutzer in mehreren Medien parallel oder nacheinander über regionale Ereignisse informieren: „Rezipienten haben in der Regel Mehrfachkontakt zur medialen Abbildung regionaler Ereignisse und Vorgänge, über das Fernsehen, das Radio, die regionalen oder lokalen Tageszeitungen sowie über das Internet und auch den Videotext.“¹⁹ Online-Angebote ergänzen also vorhandene Informationsangebote, allerdings in einer besonderen Form: „Das Internet eröffnet nun einen zusätzlichen medialen Zugang zu regionalen und lokalen Räumen, allein schon durch seine andersartige Form der Verfügbarkeit von Informationen und Wissensbeständen. Damit wird die Wahrnehmung der Region bzw. des Lokalen verändert und neu strukturiert.“²⁰

¹⁷ **rbb**-Onlinestudie 2011, repräsentative Stichprobe (2501 Befragte) unter Online-Nutzern in Berlin und Brandenburg, Mindline Media Berlin.

¹⁸ Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian, Internet zwischen Globalität und Regionalität, Die Bedeutung der Region für das Internet, Media Perspektiven 4/2011, S. 182.

¹⁹ ebenda, S. 184.

²⁰ Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian, Internet zwischen Globalität und Regionalität, Die Bedeutung der Region für das Internet, Media Perspektiven 4/2011, S. 184.

Das Angebot regionaler Informationen wird dabei von den verschiedenen Nutzergruppen und Nutzertypen unterschiedlich stark nachgefragt. Nach der Studie nimmt die regional orientierte Internetnutzung weiter zu, je mehr ältere Menschen online gehen, da sie sich besonders für regionale Informationen interessieren. Mittlere und jüngere Generationen nutzen das Internet bereits für die Suche nach regionalen Informationen intensiv. Für einige jüngere Nutzertypen kommt hinzu, dass ihr Informationsmedium inzwischen vor allem das Internet ist.

Der **rbb** trägt mit seinem Angebot an regionaler Berichterstattung dem steigenden Interesse der Bürger an zuverlässigen, qualitativ hochwertigen audiovisuellen Informationen aus der Region Berlin-Brandenburg Rechnung. Der **rbb** recherchiert und berichtet auf allen regionalen Ebenen über die Geschehnisse in Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Gesellschaft. Diese können beide Länder insgesamt oder auch kleinere regionale Räume betreffen. Mit der Abbildung des regionalen Geschehens erfüllt er die Bedürfnisse der Bürger nach Orientierung in ihrem Lebensumfeld. Mit seinen Programmangeboten gibt der **rbb** jedoch nicht nur einen Überblick über das Geschehen. Seine Angebote informieren, klären auf und ordnen die Ereignisse und Themen ein, die die Menschen im Sendegebiet bewegen. Dabei berücksichtigt der **rbb** mit seinen Angeboten auch die Belange von Minderheiten.

3. Das erweiterte regionale Informationsangebot des rbb im Internet

Ziel des erweiterten Angebots ist es, alle im Gesamtangebot des **rbb** vorhandenen regionalen Informationen und Beiträge übersichtlich und gebündelt anzubieten. Die regionale Kompetenz des **rbb** nutzt er dabei zur Schwerpunktbildung und Themensetzung. Den Nutzern bietet er alle Informationen in onlinegerechten Formaten an, die einen nachhaltigen, hohen Gebrauchswert haben. Dabei bereitet er Hintergründe zu zentralen Themen online so auf, dass der Nutzer für ihn relevante Themen besser verstehen und einordnen kann. Der Vorteil des **rbb** liegt hier in der länderübergreifenden Perspektive, die Besonderheiten der Region ebenso berücksichtigt wie den Vergleich zum jeweiligen (Nachbar-)Land Berlin bzw. Brandenburg.

In diesem Zusammenhang wird der **rbb** auch die Darstellung des Angebots **rbb-online.de** insgesamt neu gestalten. Dafür sind Design- und Funktionalitätsänderungen geplant. Dabei berücksichtigt der **rbb** die erweiterte regionale Berichterstattung, ihre Umsetzung ist jedoch grundsätzlich unabhängig davon. Durch die Neugestaltung wird der Internetauftritt des **rbb** übersichtlicher und nutzerfreundlicher.

3.1. Zielgruppe

Das erweiterte Angebot zur regionalen Berichterstattung richtet sich wie das bereits bestehende regionale Informationsportal des **rbb** an alle Nutzer, die an Nachrichten und Beiträgen aus der Region Berlin und Brandenburg und an den Angeboten des **rbb** interessiert sind.²¹ Es ist zugleich ein Angebot insbesondere an jüngere Onliner, für die das Internet inzwischen einen besonders wichtigen Stellenwert erreicht und die linearen Medien als erstes Informationsmedium abgelöst hat.²²

²¹ Genehmigt vom Rundfunkrat des **rbb** in der Fassung vom August 2010. abrufbar unter www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/Aktuelles_Telemedienkonzept.file.pdf, Seite 19ff.

²² S. Kapitel 2 und 5.

3.2 Ausrichtung

rbb-online.de als Website²³ des **rbb** bietet Nachrichten und Hintergrundinformationen zu allen Themen, die das Leben der Menschen in der Region berühren. Die Startseite **rbb-online.de** richtet der **rbb** mit der Erweiterung des regionalen Informationsangebots auf die Präsentation von Nachrichten und Hintergrundinformationen aus. Die Einstiegsseite führt den Nutzer darüber hinaus über thematische Angebote sowie die Navigationselemente zu den weiteren Angeboten und Webauftritten des **rbb**. Ob und in welcher Form der **rbb** die Themenrubriken als eine von mehreren Zugangsmöglichkeiten fortführt, wird der **rbb** entsprechend den Nutzungsbedürfnissen im Rahmen der Neugestaltung von **rbb-online.de** prüfen.²⁴

3.3. Inhalt

Auf **rbb-online.de** und den nachgeordneten Seiten finden die Nutzer Nachrichten und Berichte in Audios, Videos, Texten, Bildern und anderen Online-Formaten zu Ereignissen in Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft in Berlin und Brandenburg, darüber hinaus Informationen zu Wetter und Verkehr.

Umfang und Art der Berichterstattung und Darstellung richten sich nach journalistisch-redaktionellen Kriterien. Maßgeblich für die Auswahl, Gewichtung und Präsentation der Inhalte ist neben den klassischen Nachrichtenfaktoren vor allem der regionale Aspekt. Dieser kann sich auf eines der Länder, beide Bundesländer oder auch auf geografisch definierte Regionen wie etwa die Prignitz²⁵ beziehen. Kulturell oder sprachlich definierte Räume wie etwa das Siedlungsgebiet der sorbischen Bevölkerung in der Lausitz können ebenfalls Gegenstand regionaler Berichterstattung sein.

Eine flächendeckende lokale Berichterstattung bietet der **rbb** entsprechend der Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages nicht an. Vorgesehen ist eine Filtermöglichkeit für die Nutzer nach Berlin und Brandenburg, um diesen eine schnelle Übersicht über die aktuelle Nachrichtenlage nach ausgewählten Kriterien zu ermöglichen.

Für Angebote der ARD wie **tagesschau.de**, **sportschau.de** oder **ard.de** liefert der **rbb** Informationen und Berichte zu, wenn Ereignisse in Berlin und Brandenburg überregionale Bedeutung gewinnen. Auf wichtige überregionale Ereignisse, über die diese ARD-Gemeinschaftseinrichtungen berichten, kann der **rbb** innerhalb seines Informationsangebots verlinken oder er bindet diese auf andere Art und Weise ein.

Das Angebot auf der Startseite **rbb-online.de** bietet den Nutzern ein klares Profil. Der **rbb** stellt mit seiner Berichterstattung seine regionale Kompetenz in den Mittelpunkt. Die Inhalte des Nachrichtenangebots sortiert er auf der Startseite, in Ressorts, Rubriken, Dossiers oder anderen geeigneten Übersichtsseiten nach Aktualität und Relevanz. Diese wird der **rbb** ebenso wie die Navigation des Angebots im Rahmen der Konzeption des erweiterten Informati-

²³ Website bezeichnet einen kompletten Internetauftritt im World Wide Web. Eine Website besteht aus mehreren oder einer Vielzahl von Webseiten, die miteinander verlinkt sind. Eine Webseite ist ein einzelnes Dokument eines Auftritts, das mit einem Browser abgerufen werden kann.

²⁴ Wie im Bestandsverfahren angekündigt. Angebotsbeschreibung **rbbonline**, genehmigt vom Rundfunkrat des **rbb** in der Fassung vom August 2010. abrufbar unter www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/Aktuelles_Telemedienkonzept.file.pdf, Seite 19.

²⁵ Zur Erfüllung seines Auftrags unterhält der **rbb** neben den Standorten in Potsdam und Berlin zwei Regionalstudios in Frankfurt (Oder) und Cottbus sowie zwei Regionalbüros in Perleberg und Prenzlau.

onsangebots sowie eines Relaunchs von **rbb**-online.de abschließend definieren.²⁶ Die Navigation, die redaktionelle Struktur sowie die Elemente und Formate des Angebots wird der **rbb** kontinuierlich prüfen und anpassen.

Themen und Schwerpunkte präsentiert der **rbb** in einer Kombination verschiedener Onlineformate. Multimediale Elemente ergänzen Nachrichten und Hintergrundinformationen aus Bild, Ton und Text. Lineare Formate bindet der **rbb** in die multimediale, onlinegerechte Darstellung ein. Die konkrete Präsentationsform hängt dabei von der Eignung für die Darstellung des jeweiligen Inhalts ab.

Wie im Telemedienbestand bietet der **rbb** Berichte aus Politik, Kultur, Wirtschaft, Sport und Gesellschaft an. Dabei handelt es sich überwiegend um informative Inhalte. Daneben berichtet er auch über Unterhaltendes, Bildungsthemen und Inhalte aus dem Bereich der Lebenshilfe, sofern sie regionalen Charakter oder relevante Auswirkungen auf die Menschen in Berlin und Brandenburg haben.

Basis für die Erstellung des Informationsangebots sind die Recherchen der aktuellen Redaktionen des **rbb**. Die inhaltliche Ausrichtung der regionalen Berichterstattung des **rbb** ist bereits in der Angebotsbeschreibung für den Telemedienbestand erläutert und bleibt unverändert.²⁷

3.4. Formate

Für die Darstellung im Internet nutzt der **rbb** weiterhin alle üblichen journalistischen und redaktionellen Angebotsformen. Neue Formate und technische Entwicklungen, insbesondere bei den sich rasant verändernden Ausspielwegen, prüft der **rbb** und setzt sie ein, wo sie helfen, das Informationsangebot und die Nutzerfreundlichkeit zu optimieren.

Bei der Erweiterung seines regionalen Informationsangebots wird der **rbb** sämtliche aktuell genutzten Formate auf ihre Verwendung für die Berichterstattung prüfen. Vorgesehen ist unter anderem, audiovisuelle Medien verstärkt in die onlinegerechte Berichterstattung zu integrieren. Die Nutzung von in den linearen Medien nicht oder noch nicht (online first) gesendetem audiovisuellen Material ist dabei ebenso eine Möglichkeit wie das Livestreaming bei wichtigen Ereignissen oder die ausschließliche Liveberichterstattung im Internet.

Wesentlicher Aspekt der veränderten Mediennutzung, insbesondere der jüngeren Nutzer ist die Interaktivität und die Nutzung des Internets als soziales Medium. Viele jüngere Onliner informieren sich und kommunizieren inzwischen überwiegend über soziale Netzwerke oder personalisierte Angebote.²⁸ Dies geschieht immer mehr im Zusammenhang mit der Nutzung mobiler Angebote.²⁹ Deshalb ist der **rbb** auch über diese Formate präsent, um auch diese

²⁶ Die genauen Funktionalitäten der Navigation und die Gestaltung der Übersichtsseiten werden erst im Lauf der Neugestaltung von **rbb**-online.de bzw. der genauen Konzeption des erweiterten Angebots und nach weiteren Untersuchungen und Nutzertests festgelegt.

²⁷ Genehmigt vom Rundfunkrat des **rbb** in der Fassung vom August 2010. abrufbar unter www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/Aktuelles_Telemedienkonzept.file.pdf, Seite 17f.

²⁸ Laut der BITKOM-Studie „Netzgesellschaft. Eine repräsentative Untersuchung zur Mediennutzung und dem Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland“ nutzt jeder Sechste (17 Prozent) Communitys, um sich über seine Interessen und aktuellen Geschehnissen zu informieren. Besonders häufig tun dies 14-29-Jährige (33 Prozent). Vgl. dort S. 33: http://www.BITKOM.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Netzgesellschaft.pdf

²⁹ Nach der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011 nutzen 20% aller Onliner das Internet mobil, unter den 14-19-Jährigen sind es 28%, unter den 30 bis 39-Jährigen mit 34% bereits ein gutes Drittel. Eimeren, Birgit van / Frees, Beate, Drei von vier Deutschen im Netz - ein Ende des digitalen Grabens in Sicht?, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010. Christian, Media Perspektiven 7-8/2011, S. 338.

Nutzergruppen mit ihren regionalen Informationsangeboten, die auch speziell für deren Bedürfnisse aufbereitet werden können, versorgen zu können.

3.5. Bestandteile

Der **rbb** nutzt für die Berichterstattung alle Bestandteile eines modernen Internetangebots. Dies umfasst zum Beispiel den Einsatz von Audio- und Video-on-Demand, Berichten, Multimedia-Elementen, Bildern, Slideshows, Tabellen, Liveticker, Kartendarstellungen etc. Diese Elemente werden anlassbezogen und nach den redaktionellen Erfordernissen kombiniert oder einzeln eingesetzt.

Alle Bestandteile entwickelt der **rbb** kontinuierlich hinsichtlich ihrer Funktionalitäten und ihrer Darstellungsformen weiter. Neue Bestandteile prüft und integriert der **rbb** in sein Online-Angebot, wenn sie sich für die Berichterstattung eignen.

3.6. Verbreitungswege

Sämtliche Inhalte seiner Online-Angebote publiziert der **rbb** auf verschiedenen Plattformen und Ausspielwegen. Bei veränderten oder neuen Verbreitungswegen oder Techniken wird er die Inhalte und Formate anpassen. So weit redaktionell sinnvoll, kooperiert der **rbb** weiterhin auch mit Dritten.³⁰

Die Inhalte des regionalen Informationsangebots bietet der **rbb** den Nutzern, wie im Bestandsangebot **rbbonline** bereits definiert, für alle Ausspielwege, Plattformen und Endgeräte an. Dies gewährleistet die Zugangsmöglichkeit für alle Nutzergruppen. Alle Inhalte des **rbb**-Telemedienangebots optimiert der **rbb** derzeit für eine Ausspielung auf mobile Endgeräte optimiert soweit sie dies nicht bereits sind.

Seine regionalen Radionachrichten bietet der **rbb** derzeit innerhalb der **rbbRadios**-App an. Sofern Anpassungen notwendig sind, um Inhalte der regionalen Berichterstattung auf Endgeräten anbieten zu können oder optimiert darzustellen, nimmt der **rbb** diese vor. Dies kann sowohl im Rahmen von Apps wie in anderen technischen, redaktionellen oder funktionalen Anpassungen geschehen.

4. Verweildauer

Alle im Rahmen der regionalen Berichterstattung produzierten Bild-, Text- und multimedialen Inhalte sowie Sendungen und Sendungsbeiträge werden nach Maßgabe des **rbb**-Verweildauerkonzepts und des **rbb**-Archivkonzepts angeboten.³¹ Das Verweildauerkonzept und das Archivkonzept hat der **rbb**-Rundfunkrat im Rahmen des Dreistufentests für den Telemedienbestand genehmigt.

Veränderungen oder neue Kategorien sind für die Weiterentwicklung und Erweiterung des bestehenden regionalen Informationsangebots nicht erforderlich. Sofern laut Rundfunkstaatsvertrag für Inhalte ein Sendungsbezug erforderlich ist, weist ihn das Angebot aus.³²

³⁰ So wurden etwa im Rahmen einer Kooperation mit tagesspiegel.de Videos der **rbb**-Abendschau auf www.tagesspiegel.de angeboten.

³¹ Angebotsbeschreibung **rbbonline** Stand August 2010: Seite 39ff, abrufbar unter www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/Aktuelles_Telemedienkonzept.file.pdf

³²Anlage zu §11d Abs.5 Satz 4 des Rundfunkstaatsvertrags, Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien.

5. Das erweiterte regionale Informationsangebot des rbb im publizistischen Wettbewerb

5.1. Das Wettbewerbsumfeld

Im Rahmen des Dreistufentests für den Telemedienbestand im Sommer 2009 hat der **rbb** umfangreiche Studien von mehreren unabhängigen Forschungsinstituten durchführen lassen sowie eigene Untersuchungen angestellt und die Medienforschung ausgewertet. Weitere Erkenntnisse hat das ausführliche Marktgutachten zum **rbb**-Telemedienangebot **rbbonline** geliefert.³³

Ein Schwerpunkt aller Analysen im Verlauf des Dreistufentests für den Telemedienbestand lag in der regionalen Berichterstattung des **rbb**. Die Inhalte und Formate der jetzt beabsichtigten Erweiterung der regionalen Berichterstattung waren damit bereits Gegenstand der Prüfung. Sie sind zentraler Bestandteil von **rbbonline** und wurden entsprechend bei der Recherche der Wettbewerber, der Analyse der vorhandenen Angebote und der Bewertung im Rahmen des Dreistufentests berücksichtigt.³⁴

Das Wettbewerbsumfeld des bestehenden regionalen Informationsportals kann daher als weitgehend oder völlig identisch mit dessen beantragter Erweiterung gelten. Um diese Annahme zu überprüfen, hat der **rbb** untersucht, ob sich das Wettbewerbsumfeld seither maßgeblich verändert hat. Als Grundlage für diese Recherchen hat er zum einen die genannten Untersuchungen verwandt. Weiter hat er die **rbb**-Onlinestudie 2011 hinsichtlich der genutzten Informationsangebote publizistischer Wettbewerber ausgewertet. Darüber hinaus wurden aktuelle regionale Angebote im Internet noch einmal recherchiert und mutmaßliche Wettbewerbsangebote nach den für den Dreistufentest des Bestands definierten Kriterien begutachtet. Die als Wettbewerber für den Bestand definierten Angebote hat der **rbb** stichprobenartig noch einmal analysiert.

Die erneute Auswertung der Studien, die Ergebnisse der **rbb**-Onlinestudie sowie die erneute Recherche haben keine Veränderungen im Wettbewerbsumfeld ergeben, die die grundsätzliche Auswahl oder die Bewertung der Wettbewerber im Ganzen wie der im Einzelnen analysierten Wettbewerberangebote in Frage stellen würde.³⁵

Hauptwettbewerber von **rbbonline** sind weiterhin generell die Onlineangebote der regionalen Medienunternehmen, die ihren Schwerpunkt in der Berichterstattung über einzelne Regionen oder die gesamte Region Berlin und Brandenburg haben. Zu diesen gehören sowohl Internet-Angebote von Presse-Anbietern als auch von regionalen Fernseh- und Radiosendern und reine Onlineangebote.

³³ Solon Management Consulting GmbH&Co.KG **rbbonline** Prüfung marktrelevanter Auswirkungen, abrufbar unter: www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/marktgutachten1.file.pdf

³⁴ Vgl zu Recherche und Analyse: Angebotsbeschreibung **rbbonline** Stand August 2010: Seite 39 bis 41, abrufbar unter www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/Aktuelles_Telemedienkonzept.file.pdf.

³⁵ Angebotsbeschreibung **rbbonline** Stand August 2010, Seite 32.ff abrufbar unter www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/Aktuelles_Telemedienkonzept.file.pdf.

5.2. Der Beitrag zum publizistischen Wettbewerb

Die Berichterstattung des **rbb** zielt auf den regionalen Raum, nicht auf einzelne lokale Lebensumfelder seiner Zuschauer, Hörer und Nutzer. Die Bundesländer Berlin und Brandenburg sowie ihre engen Beziehungen bilden den Kern seiner regionalen Berichterstattung. Dabei berücksichtigt der **rbb** auch besondere Interessen geographisch, kulturell oder politisch definierter regionaler Räume innerhalb von Brandenburg und der Metropole Berlin. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Berichterstattung über Polen und die Beziehungen zu diesem Nachbarland.

rbb-Angebot schafft gemeinsame Öffentlichkeit für Berlin und Brandenburg

Die im Dreistufentest für den Bestand durchgeführten Untersuchungen haben gezeigt, dass die Webauftritte des **rbb** im Vergleich zu Wettbewerbern am intensivsten über die Bundesländer Berlin und Brandenburg informieren. Publizistische Wettbewerber in Brandenburg haben ihren Fokus dagegen häufig auf lokalen Räumen oder einzelnen oder mehreren Regionen Brandenburgs.³⁶ Die Gesamtheit der Region bildet außer dem **rbb** kein Anbieter in Berlin und Brandenburg annähernd ausgeprägt ab.

Die Anfang 2011 durchgeführte **rbb**-Onlinestudie hat diese Ergebnisse bestätigt. Die Analyse des Forschungsinstituts Mindline Media hat ergeben, dass der **rbb** „der einzige echte Anbieter für beide Länder“ ist.³⁷ Dies spiegelt sich in den Nutzungsdaten wider. Der **rbb** ist der einzige Anbieter, der in beiden Ländern ungefähr gleich stark genutzt wird - bei einer leicht erhöhten Nutzung in Brandenburg. Maßgebliche publizistische Wettbewerber haben dagegen jeweils einen deutlichen Nutzungsschwerpunkt in einem der beiden Länder.

Mit seinem Informationsangebot stellt der **rbb** so für Berlin und Brandenburg eine gemeinsame Öffentlichkeit für die Themen her, die die Menschen in der Region berühren. Damit trägt er zur regionalen Vielfalt und zur Stärkung der regionalen Identität bei und fördert das Verständnis und den Dialog zwischen den Bevölkerungsgruppen.

Zugleich trägt er speziellen Informationsbedürfnissen von Nutzergruppen Rechnung, indem er differenzierte Informationen zur Verfügung stellt. So können etwa die Informationsangebote nach Bezug zu den Ländern Berlin und Brandenburg und den Regionen in Brandenburg gefiltert werden.³⁸ Die journalistisch-redaktionelle Auswahl und Einordnung der Themen im Gesamtangebot sorgt zugleich dafür, dass immer wieder der Blick auf das ganze Bundesland und die Region gerichtet und angeboten wird.

In der 2011 durchgeführten **rbb**-Onlinestudie³⁹ hat sich das große Interesse der Nutzer an regionaler Information bestätigt. Das haben auch andere ARD-Sender für ihre Verbreitungsgebiete festgestellt. Als Konsequenz hat etwa der NDR für die Region Niedersachsen ein speziell auf dieses Gebiet ausgerichtetes regionales Informationsangebot eingeführt, um diesem Publikumsinteresse zu entsprechen.

³⁶ Vgl. auch Wettbewerber-Darstellung in Solon Management Consulting GmbH&Co.KG **rbb**online Prüfung markt-relevanter Auswirkungen, u.a. S. 38. www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/marktgutachten1.file.pdf

³⁷ **rbb**-Onlinestudie 2011, repräsentative Stichprobe (2501 Befragte) unter Online-Nutzern in Berlin und Brandenburg, Mindline Media Berlin.

³⁸ Aus technischen und redaktionellen Gründen wird diese Funktion nicht auf allen Webseiten mit regionaler Berichterstattung angeboten.

³⁹ **rbb**-Onlinestudie 2011, repräsentative Stichprobe (2501 Befragte) unter Online-Nutzern in Berlin und Brandenburg, Mindline Media Berlin.

Bei der Abfrage nach der Relevanz einzelner Inhalte auf **rbb**-online.de zeigt sich dieser Fokus auf die Region deutlich. 69 % der **rbb**-Onlinenutzer nannten das Angebot aktueller Regionalnachrichten aus Politik und Gesellschaft sehr wichtig oder wichtig. Lediglich Serviceinformationen zu Wetter und Verkehr wurden als noch etwas bedeutsamer eingeordnet (71%).⁴⁰

Der **rbb** erfüllt mit dem erweiterten regionalen Informationsangebot die Verpflichtung, seine Informationen über die Region allen Bevölkerungsgruppen zur Verfügung zu stellen und zugänglich zu machen. Er bietet ein Informationsangebot, das frei von kommerziellen Interessen und unabhängig ist. Gerade im und für das Berichtsgebiet Brandenburg trägt der **rbb** damit zum publizistischen Wettbewerb bei. 13 der 18 Kreise bzw. kreisfreien Städte in Brandenburg sind so genannte Einzeitungskreise.⁴¹ Neben den Angeboten der dort vertretenen Tageszeitungen finden sich wenige Angebote, bei denen das ganze Bundesland oder die Gesamtheit der Region Berlin Brandenburg im Zentrum der Berichterstattung steht.

Zuverlässigkeit und Kompetenz ist eines der wichtigsten Merkmale erfolgreicher Informationsangebote. Dies gilt auch für regionale Angebote. Die regionale Kompetenz des **rbb** zeigt sich nachweislich für alle seine Programmangebote. So bescheinigen etwa die Befragten der jüngsten Positionierungsstudie des **rbb** Fernsehens eine hohe Kompetenz bei der regionalen Information.⁴² Nach der Studie hat der **rbb** ein klares Profil als Regionalsender mit Schwerpunkt auf Information.

Die Informationskompetenz des **rbb** im Internet belegen der hohe Bekanntheitsgrad und die Nutzung von **rbb**-online.de. Sie wird bestätigt durch die Ergebnisse von ARD/ZDF-Onlinestudien, die die Kompetenz von Anbietern von regionalen Informationen und Serviceleistungen im Internet untersuchten. 2010 sahen 43% der befragten Nutzer diese bei regionalen Tageszeitungen⁴³, 32% bei den Landesrundfunkanstalten, 10% bei Landkreisen oder Kommunen und 7% bei privaten Radioanbietern. Die Autoren Oehmichen und Schröter stellen dazu fest: „Bemerkenswert ist der Kompetenzzuwachs der regionalen Netzangebote der Landesrundfunkanstalten seit 2007 (24%) und 2002 (22%). Hier ist im Laufe der Jahre nicht nur das Angebot optimiert, vertieft und den Interessen der Nutzerschaft weiter angepasst worden, auch der Transfer der Regionalkompetenz ihrer Dritten Fernseh- und ihrer Hörfunkprogramme ins Web scheint zunehmend zu gelingen.“⁴⁴

Durch seine mit hohem journalistischem Anspruch produzierten Informationsangebote entspricht der **rbb** dem Informationsanspruch der Nutzer. Als Informationsanbieter im Internet ist er eine verlässliche, unabhängige Alternative in der regionalen Berichterstattung. Er trägt damit signifikant zur Meinungsvielfalt in Berlin und Brandenburg bei.

Informationstiefe wird durch das erweiterte Angebot erhöht

Mit der erweiterten Berichterstattung verstärkt der **rbb** die Informationstiefe in seinem Angebot. Informationen und Rechercheergebnisse, die der **rbb** in seinen linearen Medien auf Grund deren spezifischer Darstellungsmöglichkeiten nur eingeschränkt präsentieren kann,

⁴⁰ Ebenda.

⁴¹ Schütz, Walter J., Deutsche Tagespresse 2008, Zeitungsangebot und Wettbewerbssituation im Zeitungsmarkt kaum verändert, Media Perspektiven 9/2009, S.476.

⁴² **rbb** Fernsehen, Positionierungsstudie 2011, SAW Marketing- und Medienforschung und **rbb**-Onlinestudie 2011.

⁴³ Oehmichen und Schröter verweisen darauf, dass dies vermutlich auch für lokale Tageszeitungen gilt. Die führende Position dieser Angebote erklären sie mit dem besonders wichtigen Gefühl von Nähe und direkter Bindung an diese Angebote.

⁴⁴ Oehmichen, Ekkehardt / Schröter, Christian, Internet zwischen Globalität und Regionalität, Die Bedeutung der Region für das Internet, Media Perspektiven 4/2011, S. 189. Der Anteil der regionalen Tageszeitungen lag 2002 bei 42%, 2007 bei 45%.

macht er so verfügbar. Dabei bietet er diese Inhalte in einer Kombination von Onlineformaten wie zum Beispiel Infografiken, speziell für die Onlinepräsentation angepassten Videos und Hintergrundtexten an. Die Formate wählt er nach ihrer Eignung zur Darstellung dieser Inhalte aus. Der **rbb** ermöglicht durch die Aufbereitung und Einordnung dieser Informationen und Themen allen Bevölkerungsgruppen die Orientierung über das Geschehen in Berlin und Brandenburg und die Teilhabe am politischen und gesellschaftlichen Diskurs in der Region.

Mit dem erweiterten Informationsangebot sind Nachrichten und Berichte des **rbb** für die Nutzer schneller und leichter erschließbar. Die bislang teilweise praktizierte Darstellung über eine Verlinkung in verschiedene Teilangebote erschwerte den Überblick und die Nutzbarkeit. Mit dem erweiterten Angebot bündelt der **rbb** die Berichterstattung stärker innerhalb eines Bereichs des Telemedienangebots **rbbonline**. So stellt der **rbb** regionale Themen und Berichte vollständig oder zu großen Teilen innerhalb des regionalen Informationsangebots dar. Unabhängig davon bietet der **rbb** auch künftig regionale Berichterstattung - insbesondere mit Blick auf spezielle Nutzergruppen - in anderen Teilangeboten des **rbb** parallel oder ergänzend angeboten werden, wo dies aus publizistischen Gründen sinnvoll ist.⁴⁵

Die sichere Führung der Nutzer zwischen und zu den verschiedenen Teilangeboten des **rbb** wird dabei gewährleistet. Dies geschieht sowohl durch Navigationselemente wie bei geeigneten Themen durch redaktionelle Verweise auf die Webangebote etwa der Radioprogramme. Durch die verbesserte Struktur erleichtert der **rbb** allen Nutzern die Teilhabe an seinem Informationsangebot. Die Anforderungen der Barrierefreiheit für die **rbb**-Onlineangebote setzt der **rbb** auch bei der Erweiterung des regionalen Informationsangebots um.⁴⁶ Dies gilt auch für die strikte Einhaltung des Datenschutzes, insbesondere bei interaktiven Angeboten.

rbb-Angebot erfüllt durch regionalen Ansatz Auftrag zur Integration

Für junge Nutzergruppen ist das Internet inzwischen das Erstinformationsmedium. Für die steigende Zahl älterer Nutzer gewinnt die Möglichkeit, zeit- und ortsunabhängig auf die Informationen des **rbb** zurückzugreifen, ebenfalls immer größere Bedeutung. Auch die rasant ansteigende Anzahl mobiler Endgeräte verändert den publizistischen Wettbewerb. Mit seinem Online-Informationsangebot folgt der **rbb** den veränderten Bedürfnissen dieser unterschiedlichen Nutzergruppen und der Entwicklung im Internet.

Die Berichterstattung des **rbb** in seinen Fernseh-, Hörfunk- und Onlineformaten richtet sich an alle Bevölkerungsgruppen. Sein Angebot berücksichtigt auch die Probleme und Bedürfnisse von Minderheiten und wirkt daher in seiner Gesamtheit integrierend.⁴⁷ Mit seiner regionalen Berichterstattung im Internet ermöglicht er auch einzelnen Bevölkerungsgruppen, wie etwa der großen Gruppe der Migranten vor allem im Land Berlin, deren Informationsverhalten online sich kaum von dem der Gesamtbevölkerung unterscheidet, die Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs.⁴⁸

⁴⁵ Ein Beispiel sind die für den Bestand definierten Nachrichten für besonders junge Hörer und Nutzer bei fritz.de. Letztere bleiben von etwaigen Veränderungen unberührt. Die Darstellung von Inhalten bei aktuellen Sendungen und bei inforadio.de kann sich verändern. Dies wird im Laufe der Weiterentwicklung von **rbbonline** definiert.

⁴⁶ Die Landesrundfunkanstalten der ARD definieren derzeit in einer Arbeitsgruppe die einheitlich Umsetzung der Anforderungen aus der neuen Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV 2.0) für ihre Telemedienangebote. Diese Anforderungen werden bei der Einführung neuer Funktionalitäten für die erweiterte regionale Berichterstattung angewendet. Dies gilt auch für die geplante Neugestaltung von **rbb-online.de**.

⁴⁷ Siehe auch Solon Management Consulting GmbH&Co.KG **rbbonline** Prüfung marktrelevanter Auswirkungen, S. 34 abrufbar unter: www.rbb-online.de/rundfunkrat/dst/marktgutachten1.file.pdf

⁴⁸ Müller, Thorsten / Beisch, Natalie, Onlinenutzung von Migranten, Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011, Media Perspektiven 10/2011 und Simon, Erk / Neuwöhner, Ulrich, Medien und Migranten

Durch den Fokus auf die Region Berlin-Brandenburg erfüllt der **rbb** mit seinem Online-Informationsangebot auch seine integrierende Funktion für die Länder Berlin und Brandenburg. Dies bestätigt die **rbb**-Onlinestudie, die nicht nur eine hohe Nutzung durch Onliner aus beiden Bundesländern ausweist. Die verbindende Funktion zeigt sich auch darin, dass Berliner brandenburg-bezogene **rbb**-Onlineangebote nutzen und umgekehrt.

Erweitertes Angebot verstärkt Möglichkeit zur Teilhabe und Vielfalt

Mit seinem erweiterten Informationsangebot verbessert der **rbb** die Darstellung seiner regionalen Informationen online. Er verstärkt damit für alle Nutzergruppen die Möglichkeit zur Information über die Geschehnisse in der Region. Zugleich trägt er mit seiner journalistisch kompetenten Berichterstattung und der onlinegerechten Aufbereitung der Informationen zur Meinungsbildung bei. Durch die Ausrichtung auf die Themen der Region Berlin-Brandenburg schafft er eine gemeinsame Öffentlichkeit für die Bundesländer Berlin und Brandenburg und liefert auf diese Weise einen elementaren Beitrag zum publizistischen Wettbewerb.

6. Perspektive

Online-Angebote unterliegen einem schnellen Wandel. Der **rbb** prüft kontinuierlich, ob sein Telemedienangebot **rbbonline** den Anforderungen eines modernen Informationsangebots und den Bedürfnissen der Menschen in Berlin und Brandenburg entspricht. Dabei berücksichtigt er die technischen und redaktionellen Entwicklungen im Internet.

Bei neuen redaktionellen Anforderungen und veränderten Nutzerbedürfnissen wird der **rbb** das Angebot weiterentwickeln und anpassen. Dies schließt redaktionelle Veränderungen ebenso ein wie etwa Veränderungen in der Nutzerführung, der zugrunde liegenden Produktions- und Verbreitungstechnik, den Funktionalitäten oder beim Design. Üblicherweise werden solche Veränderungen in Verbindung mit dem Relaunch oder der Überarbeitung eines Webangebots realisiert.

Die Erweiterung des regionalen Informationsangebots passt sich ein in die Weiterentwicklung des **rbb** zu einem multimedialen Medienhaus, die mit der Zusammenfassung von Hörfunk und Fernsehen in einer multimedialen Programmdirektion 2009 begonnen hat. Eines der wesentlichen Ziele, die der **rbb** im Rahmen seiner Unternehmensstrategie verfolgt, ist die optimale Verknüpfung traditioneller und neuer Medien. Mit der Erweiterung des regionalen Informationsangebots im Internet kommt der **rbb** diesem Ziel einen Schritt näher.

Bei der Weiterentwicklung seiner Angebote folgt der **rbb** der zunehmenden Konvergenz der Medien auf der Angebots- wie der Produktionsseite. Folglich wird der **rbb** sein multimediales Angebot und die medienübergreifende Produktion ergänzen und ausbauen. Dabei nutzt er die Synergien, die sich in der medienübergreifend organisierten Berichterstattung bieten. Dies geschieht bereits derzeit und künftig verstärkt für alle Webseiten des **rbb**. Die Fortentwicklung der regionalen Berichterstattung kann dabei zu weiteren Anpassungen etwa von Webangeboten der aktuellen Redaktionen und von **Inforadio** führen. Abhängig von der künftigen Entwicklung online und den Nutzerbedürfnissen ist auch eine Zusammenlegung von Teilangeboten möglich.

Für das regionale Informationsangebot wird die Online-Redaktion weitere Kooperationen zur redaktionellen und personellen Zusammenarbeit zusammen mit den aktuellen Redaktionen des **rbb** Fernsehens und der **rbb**-Hörfunkprogramme entwickeln. Die gemeinsame Produktion von Inhalten für das eine wie das andere Medium ist eine Option. Ein Beispiel dafür ist die Produktion audiovisueller **rbb** Nachrichten in 100 Sekunden.

In der Perspektive wird die aktuelle Berichterstattung von Hörfunk, Fernsehen und Online weiter zusammenwachsen. In diesem Zusammenhang ist eine Ergänzung der regionalen Berichterstattung online denkbar. Eine Option sind dabei eigenständige exklusive audiovisuelle Elemente für die Regelberichterstattung.

Der **rbb** ist am Austausch mit seinen Nutzern, Hörern und Zuschauern interessiert. Eine Verstärkung der interaktiven Elemente in seinen Telemedienangeboten oder z.B. über Social Media ist daher wünschenswert. Sie kann derzeit nur in begrenztem Maße stattfinden. Der **rbb** wird diese Elemente in den dafür geeigneten Teilangeboten künftig verstärkt anbieten.

Der **rbb** nimmt die Interessen seiner Nutzer ernst. Seine Telemedien entwickelt er mit Blick auf die Bedürfnisse der Nutzergruppen der einzelnen Teilangebote. Neue Funktionalitäten, die den Nutzern unabhängig vom genutzten Endgerät den Zugriff auf Inhalte erleichtern, unterstützt und entwickelt der **rbb** für seine Webangebote. Dies sind beispielsweise Personalisierungs- und Filtermöglichkeiten, die Nutzern direkten Zugang zu den gesuchten Inhalten bieten oder diese nach ihren Interessen strukturieren.

Die **rbb**-Onlineangebote stehen allen Nutzern offen und werden für alle Endgeräte und Plattformen angeboten. Die Inhalte der erweiterten regionalen Berichterstattung werden insbesondere in die bestehende Nachrichtendarstellung der **rbb**Radios-App einfließen. Die Weiterentwicklung einer optimierten Darstellung der **rbb**-Berichterstattung auf Tablet-Computern oder Smartphones durch eine Ausgliederung der Nachrichtendarstellung in eine eigene App oder der Entwicklung einer App für das regionale Informationsangebot des **rbb** ist eine Option.

7. Finanzieller Aufwand

Der finanzielle Aufwand wird ab dem Jahr 2013 insgesamt rund 450.000 Euro p.a. betragen. Für die Folgejahre bis 2016 rechnet der **rbb** mit einem vergleichbaren Aufwand. Dieser ist durch die Mittelfristige Finanzplanung des **rbb** gedeckt aufgrund von programminternen Umschichtungen. Bei einem Ausbau des Angebots in der Perspektive ist ein steigender Aufwand nicht ausgeschlossen.

Die Kostenplanungen umfassen alle Aufwendungen, die der Erweiterung des regionalen Informationsangebots im Internet verursachungsgerecht zugeordnet werden können. Dabei handelt es sich um eine vollständige Erfassung der anfallenden Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten. Angesichts der zunehmenden Nachfrage nach Inhalten des Telemedienangebots **rbb**online insgesamt rechnet der **rbb** grundsätzlich mit steigenden Online-Verbreitungskosten. Eine Steigerung der Verbreitungskosten durch das Teilangebot ist dementsprechend nicht zuverlässig kalkulierbar.