

Entscheidung des Rundfunkrats des Hessischen Rundfunks über die Zulässigkeit des Telemedienkonzepts boerse.ARD.de

(beschlossen in der Versammlung des Rundfunkrats am 2. Juli 2010)

Der Rundfunkrat genehmigt das Telemedienkonzept „boerse.ARD.de“ in der vorgelegten Fassung vom 10.6.2010.

Das im Telemedienkonzept vorgesehene Angebot entspricht einschließlich seines allgemeinen Teils zu ARD Online den Voraussetzungen des § 11 f Abs. 4 RStV.

Es sind hinreichende Aussagen darüber getroffen,

- 1. dass das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht,**
- 2. dass das Angebot in qualitativer Hinsicht zum Wettbewerb beiträgt**
- 3. welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist.**

Hinweis: Die Kosten werden auf Seite 128 des Telemedienkonzepts für die Jahre bis 2012 mit 1,50 Mio. € p. a. angegeben. Der Rundfunkrat des hr macht darauf aufmerksam, dass er bei einer Kostensteigerung von mehr als 10 Prozent bis 2012 prüfen wird, ob ein neues Telemedienkonzept für das Angebot erforderlich ist.

Begründung

Diese Einschätzung ergibt sich unter Berücksichtigung der eingegangenen Stellungnahmen, des eingeholten Gutachtens, der Beschlussempfehlungen der Gremienvorsitzendenkonferenz sowie der Stellungnahme des Programmbeirats der ARD.

Die Entscheidung ergeht unter Ausschöpfung des dem Rundfunkrat im Rahmen seiner Abwägungsentscheidung zustehenden Beurteilungsspielraums.

Enthalten sind nur zu den problematischen Punkten vertiefte Ausführungen; im Übrigen wird das Vorliegen der Zulässigkeitsvoraussetzungen festgestellt. Ausführungen zu den Stellungnahmen Dritter und der Kommentierung des Intendanten beschränken sich auf jene Punkte, welche für die vorliegende Entscheidung besonders relevant erschienen. Sofern die Argumente aus den Stellungnahmen Dritter nicht ausdrücklich in den Beratungsergebnissen angesprochen werden, werden die Punkte als unproblematisch erachtet. Zu diesem Ergebnis ist man in den Beratungssitzungen gekommen.

Gegenstand der Entscheidung ist das Telemedienkonzept, nicht das konkrete Angebot. Dieses unterliegt nach Abschluss des Verfahrens (spätestens: 31.8.2010) der nachfolgenden Programmkontrolle durch den Rundfunkrat. Bis zu diesem Zeitpunkt unterliegt das Angebot dem Bestandsschutz des Art. 7 Abs. 1 S. 4 und 5 des 12. RÄndStV.

Vormaligen Bedenken des Rundfunkrates in Hinsicht auf die Zulässigkeit des vom Konzept vorgesehenen Angebots konnten weitestgehend durch erläuternde Auskünfte und Zusagen des Intendanten ausgeräumt werden. Bedenken, die sich hinsichtlich der Zulässigkeit eines im Konzept vorgesehenen Renditerechners ergeben haben, wurden dadurch ausgeräumt, dass die entsprechende Passage aus dem Telemedienkonzept entfernt wurde (S. 52).

Weitere, auf die Beratungen des Rundfunkrates zurückgehende Änderungen des Telemedienkonzeptes betreffen

- eine Ergänzung im allgemeinen Teil, die die Ausführungen zur Vermittlung von Medienkompetenz vertieft und näher auf das Thema Datenschutz eingeht (S. 25f.);
- eine Ergänzung, die die bereits getroffenen Maßnahmen zur Barrierefreiheit in den Telemedienkonzepten ausführlicher beschreibt (S. 32f.);
- Änderungen zu den Verweildauerfristen für Fernsehfilme und Spielfilme, die nicht angekauft werden, sowie für serielle Angebote und Mehrteiler (S. 39);
- einen ergänzenden Verweis auf das marktökonomische Gutachten bei der Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation entsprechend § 11 f Abs. 4 RStV, wonach Aussagen zu den marktlichen Auswirkungen des Angebots getroffen werden sollen (S. 69).

A) Sachverhalt

1. Prüfungsgegenstand: Inhalte des Angebots

1.1 Zielgruppe

Das Angebot von boerse.ARD.de richtet sich an alle börsen-, finanz- und wirtschaftsinteressierten Nutzer. Dabei werden sowohl jene angesprochen, die sich einen schnellen Überblick über die aktuellen Entwicklungen an den Finanzmärkten verschaffen wollen, als auch die, die sich gezielt über einzelne Aktien oder andere Formen der Geldanlage informieren möchten. Angesprochen werden somit Kleinaktionäre wie auch an wirtschaftlichen Dingen interessierte Verbraucher. boerse.ARD.de richtet sich nicht an professionelle Anleger oder Anleger, die durch riskante Spekulationen und schnellen Handel Geld verdienen wollen (S. 111 TMK¹).

1.2 Inhalt und Ausrichtung

Publizistische Ausrichtung / Themen

boerse.ARD.de ist das Börsen-, Nachrichten- und Informationsangebot der ARD im Internet. Das Angebot informiert die Nutzer über aktuelle Ereignisse aus den Bereichen Börse, Unternehmen, Wirtschaft, Finanzen und Geldanlage. Neben der direkten Berichterstattung von den Finanzmärkten geht es dabei auch um Auswirkungen der Kapitalmarktentwicklung auf Realwirtschaft, private Finanzen und die Altersvorsorge. Im Fokus stehen die wichtigsten Unternehmen und Aktien der deutschen Börsen. Daneben widmet sich das Angebot aber auch ausgewählten kleineren börsennotierten Unternehmen, deren spezifische Entwicklung ein hohes Informationsbedürfnis des interessierten Publikums begründet. Inhaltlich reicht die Palette von der aktuellen Analyse der Unternehmensbilanzen bis hin zu investigativen Recherchen über dubiose Vorgänge und Manipulationen in den Bereichen Aktienhandel und Geldanlage. Zu all diesen Themen bietet boerse.ARD.de neben der tages- und minutenaktuellen Berichterstattung auch erklärende Hintergrundberichte und stellt darüber hinaus ausführliche Kursdaten zur Verfügung (S. 111 TMK).

¹ Telemedienkonzept boerse.ARD.de.

1.3 Zeitliche Beschränkung des Angebots

a) Vorschlag des Gutachters PwC

Es wird vorgeschlagen, das Angebot auf eine bestimmte Zeitdauer zu befristen.

b) Ausführungen des Intendanten

Eine Befristung des Angebots komme nicht in Betracht, da gem. Art. 7 Abs. 1 des 12. RÄndStV das Dreistufentest-Verfahren bis zum 31.08.10 abgeschlossen sein müsse. Der Gesetzgeber habe damit eine endgültige und abschließende Klärung dieser Frage auch unter dem Aspekt der Rechtssicherheit herbeiführen wollen. Dieser Zeitpunkt dürfe nicht nach hinten verschoben werden (S. 13 K PwC²).

c) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Der vom Gutachter unterbreitete Vorschlag, von der Möglichkeit Gebrauch zu machen, das Angebot auf einen bestimmten Zeitraum zu befristen, wird verworfen. Es wird davon ausgegangen, dass die Aufgreifschwelle für ein neues Verfahren (neue oder veränderte Angebote) des § 11 f Abs. 3, Abs. 4 Satz 1 RStV die öffentlich-rechtlichen Angebote einer hinreichenden Kontrolle unterwirft und daher das Angebot auch für einen unbestimmten Zeitraum vorgesehen werden kann.

2. Gang des bisherigen Verfahrens

Am 14.04.2009 begann das Interessebekundungsverfahren für das Gutachten; Fristende hierfür war der 04.05.2009. Im Anschluss hieran fand die Beratung im Ausschuss über die Auswahl des Gutachters statt. Am 03.06.2009 wurden die Telemedienkonzepte durch den Rundfunkrat veröffentlicht. Damit begann zugleich die achtwöchige Frist für den Eingang der Stellungnahmen Dritter zu laufen; diese endete am 29.07.2009. Insgesamt sind 33 Stellungnahmen für das Angebot boerse.ARD.de eingegangen. Am 05.06.2009 ermächtigte der Rundfunkrat den Drei-Stufen-Test-Ausschuss, den Gutachter zu beauftragen. Am 22.06.2009 hat der Verwaltungsrat die Kosten für die Gutachten genehmigt; gleichzeitig ging die Auftragsvergabe für die Gutachten an die Fa. PwC. Am 03.08.09 wurden die Stellungnahmen dem Intendanten zur Kommentierung übermittelt. Am 17.8.09 hat den Rundfunkrat ein zweiter Teil der Stellungnahme des VPRT erreicht. Dieser ist vom Dreistufentest-Ausschuss formal als verspätet zurückgewiesen worden; es ist aber beschlossen worden, ihn inhaltlich der Sache nach in die Beratungen des Ausschusses einfließen zu lassen. Am 28.09.09 hat PwC sein Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen von boerse.ARD.de in seiner endgültigen Form vorgelegt. Dieses ist am 02.10.2009

² Kommentierung des Intendanten des hr zum Marktgutachten der Fa. PwC.

durch PwC dem Rundfunkrat präsentiert worden. Am 28.10.2009 hat der Intendant seine Kommentierung zu Stellungnahmen und Marktgutachten dem Dreistufentest-Ausschuss vorgelegt. Im Rahmen der Mitberatung des Angebots durch die anderen Anstalten hat die GVK am 23.3.2010 ihre Mitberatungsvorlage zu boerse.ARD.de und am 22.3.2010 zu dem hierfür geltenden allgemeinen Teil vorgelegt; die Mitberatungsvorlage wurde bei der Beratung ebenso berücksichtigt wie die am 23.2.2010 vorgelegte Stellungnahme des Programmbeirats der ARD. In einem umfangreichen Briefwechsel zwischen dem Vorsitzenden des Drei-Stufen-Test-Ausschusses und dem Intendanten wurden kritische Punkte im Telemedienkonzept geklärt. Am 10.6.2010 hat der Intendant eine veränderte Fassung des Telemedienkonzepts zu boerse.ARD.de vorgelegt.

3. Verfahrensrügen

3.1 Allgemeines

a) Stellungnahmen Dritter

Zum Teil wird insb. seitens der privaten Konkurrenz starke Kritik geübt. Bereits das gesamte Verfahren sei zu kurz; dies gelte insb. aufgrund der großen Zahl parallel laufender Verfahren (VDZ S. 5). Zudem sei zu befürchten, dass es im Laufe des Verfahrens noch Änderungen gebe, zu denen die Dritten dann keine Stellungnahme mehr abgeben dürften (PRO7 S. 5)

Von anderer Seite wird das Verfahren als hochbürokratisch, die Staatsferne kritisch berührend und gebührenverzehrend kritisiert (VerbrZ, S. 1).

Im Übrigen wird vor allem die mangelnde Konkretetheit des Konzeptes zu boerse.ARD.de bemängelt. Dies gelte z.B. hinsichtlich der Inhalte und Verweildauerzeiten bzw. der diesen zugrundeliegenden Begrifflichkeiten, aber auch hinsichtlich der Kosten (PRO7 S. 6, VDZ S. 4, 7, 13, VerbrZ S. 5). Insbesondere sei unklar, inwieweit das Angebot in Zukunft noch ausgedehnt werden könne bzw. solle (RTL, S. 33). Desweiteren fehlten Angaben zum Nutzungsverhalten von boerse.ARD.de (RTL, S. 24, 30, VDZ, S. 7). Die Konkurrenzdarstellung sei unzureichend (PRO7 S. 3, VDZ S. 18). Ferner werde nicht zwischen sendungs- und nicht-sendungsbezogenen Angeboten differenziert (VDZ S. 7).

b) Ausführungen des Intendanten

Gefordert sei nicht eine Auflistung aller Inhalte, sondern ein Konzept, d.h. das Angebot müsse nur in seinen Grundzügen beschrieben sein. Dasselbe gelte für

das Verweildauerkonzept; auch hier genüge eine gerüstartige Beschreibung der geltenden Prinzipien (S. 4 K³).

Eine unzulässige Ausdehnung sei nicht intendiert und auch aufgrund der laufenden Überwachung durch den Rundfunkrat unmöglich (S. 5 K).

c) Mitberatung durch den Programmbeirat (PbR)

Der Programmbeirat weist in seiner Stellungnahme insb. darauf hin, dass die geäußerte Kritik eines zu kurzen Zeitfensters für das Einbringen von Stellungnahmen zurückzuweisen sei. Er schließt sich dem Hinweis der Intendanz an, wonach die gesetzliche vorgesehene Frist von sechs Wochen nicht nur eingehalten, sondern um zwei Wochen verlängert wurde. Die Zahl eingegangener Stellungnahmen belege, dass die Möglichkeit der Stellungnahme auch ausgiebig genutzt worden sei (S. 7 St. PbR⁴). Dass eine Stellungnahme Dritter nur einmalig möglich sei, entspreche dem vom Gesetzgeber im RStV vorgesehenen Verfahren (S. 9 St PbR).

Bezüglich der angeblich mangelnden Konkretheit der Angebotsbeschreibung weist der PbR darauf hin, dass nur allgemeine Angebotsbeschreibungen gewährleistet werden, dass flexibel auf die journalistisch-redaktionellen Aufgaben reagiert werden könne; eine zu weitgehende Detaillierung stehe dem Grundsatz der Programmautonomie entgegen (S. 10 St. PbR). Eine teilweise geforderte Genehmigung auch kleinteiliger Inhalte würde auf eine zu große Anzahl von Verfahren hinauslaufen. Zudem seien die Marktwirkungen zu kleiner Angebotssegmente nicht mehr messbar (aaO).

d) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Das Angebot wird als hinreichend konkret beschrieben erachtet.

Grundsätzlich ist den Rundfunkanstalten ein ausreichender Entwicklungskorridor einzuräumen, innerhalb dessen die tägliche redaktionelle Arbeit unter journalistischen Grundsätzen stattfinden kann. Dies gilt nicht nur für die Verweildauern, sondern auch für die Verwendung neuer Formate. Auch hier ist eine flexible und zeitnahe Reaktion auf technische Entwicklungen auch zur adäquaten Auftragserfüllung (insbesondere hinsichtlich der telemedien-spezifischen Anforderungen des § 11d Abs. 3) erforderlich. Im Übrigen ist davon auszugehen, dass durch die Aufgreifschwelle eines neuen oder veränderten Angebotes im Sinne von § 11f Abs. 3, Abs. 4 S. 1 RStV hinreichend gewährleistet ist, dass es zu keinen übermäßigen Erweiterungen des Angebots ohne erneute Prüfung kommt.

³ K = der Kommentierung des Intendanten des hr

⁴ St. PbR= Stellungnahme des Programmbeirates zu boerse.ARD.de

Wo Zweifel bezüglich des vom Konzept intendierten Angebots bestanden, hat die Intendanz dargelegt, welche Inhalte und aus welchen Gründen diese vorgesehen sind.

Dies gilt etwa hinsichtlich interaktiver Elemente, bezüglich derer der Intendant das Telemedienkonzept mittels eines Regelwerks konkretisiert hat (vgl. hierzu unten B 1.3).

Dies gilt ferner bezüglich der Berichterstattung über kleine und mittlere Unternehmen; hier wurden Art und Umfang der Berichterstattung dargelegt. Diese bezieht sich einerseits auf besonders auf Kleinanleger abzielende betrügerische Unternehmensgründungen; andererseits bezieht sich diese aber auch auf erfolgreich am Markt agierende kleine und mittlere Unternehmen, die sonst eher im Schatten der Marktriesen stehen.

Dies gilt ferner bezüglich der Kosten und der Nutzerprofile, die die Intendanz in ihrer Mitteilung vom 28.7.09 gegenüber dem Gremium weiter konkretisiert hat.

3.2 Gutachterausswahl

Die Auswahl der Gutachter wurde vorbereitend delegiert. Der 1. Berichtersteller bewertete zunächst eher äußerlich nach den Kosten der abgegebenen Angebote, deren Umfang und äußeren Darstellung, Referenzen der Anbieter sowie deren Angaben zum Fertigstellungszeitpunkt.

Der 2. Berichtersteller untersuchte die einzelnen Angebote anhand einheitlicher Kriterien (Einzelunternehmen oder Arbeitsgemeinschaft, konstanter Ansprechpartner, reklamierte Vorteile des Unternehmens, dessen Größe und relevante Expertise, Bewerbungsumfang, Auftragsverständnis, methodische Vorgehensweise, Nebenleistungen, Dokumentationen, Erstellungszeitraum, Vertraulichkeitszusicherung, Kosten und Zusatzleistungen des Angebots). Weiter führte er eine Nutzwertanalyse durch, die er anhand der Bewertungskriterien Expertise (30 % Gewichtung), Vollständigkeit der Analyse (30 %), Transparenz der Bewertung (25 %), Image/Bekanntheit (10 %) und Stellungnahme (5 %) vorgenommen hat.

Beide Berichtersteller empfahlen aufgrund ihrer Analyse, das Angebot von PwC anzunehmen. Der Ausschuss folgte nach eingehender Beratung dieser Empfehlung.

B) Materielle Prüfung der Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV (Zulässigkeitsvoraussetzungen)

1. Erste Stufe: Entspricht das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft? (Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrages?)

1.1. Allgemeine Anforderungen § 11 RStV

a) Stellungnahmen Dritter

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sei gerade Vermittler auch wirtschafts- und verbraucherbezogener Themen und nehme damit eine wichtige gesellschaftliche Rolle ein (VerbrZ S. 1f.). Dies müsse auch Online-Medien umfassen (VerbrZ S. 2). Besonders im Bereich Börse bestehe dabei ein erhöhtes Informationsbedürfnis des Bürgers aufgrund besonders risikobehafteter Entscheidungsprozesse; der Bürger sei gerade hier und insbesondere in Zeiten besonderer Turbulenzen auf verlässliche Informationen von dritter, unabhängiger Seite angewiesen (VerbrZ S. 4f.).

Die RTL-Gruppe hat zumindest keine grundsätzlichen Bedenken gegen das Angebot boerse.ARD.de (S. 4 RTL).

b) Ausführungen des Intendanten

Indem es im Internet redaktionell verantwortete, von jeglichen Interessen Dritter unabhängige Inhalte zum verbraucherrelevanten Börsen-, Finanz- und Wirtschaftsgeschehen zur Verfügung stelle, diene das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft. Wegen seiner Unabhängigkeit und kritischen Objektivität komme dem Angebot besondere Bedeutung für die Bürger zu, die sich in der aktuellen, von der Finanz- und Wirtschaftskrise geprägten Zeit noch erhöhe. boerse.ARD.de entspreche dem kommunikativen Bedürfnis wachsender Bevölkerungsgruppen mit Onlinezugang. Es bestehe ein gesellschaftliches und individuelles Bedürfnis, Informationen, Bildung und Unterhaltung im Internet zeit- und ortsouverän nutzen zu können, diese Inhalte mit anderen kommunikativ wiederum zeit- und ortsouverän zu teilen sowie eigenen Content anderen zugänglich zu machen (TMK S. 108).

c) Mitberatung durch die GVK

Die GVK kommt zu dem Ergebnis, dass boerse.ARD.de grundsätzlich vom Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst ist. Die GVK spricht sich insb. dafür aus, das Angebot stärker um kritische und Hintergrund erläuternde, sowie bildende Beiträge zu ergänzen. Es sei zudem eine sinnvolle Abgrenzung zur Wirtschaftsberichterstattung auf tagesschau.de sicherzustellen (S. 4 MBV boerse).

d) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Das Telemedienangebot boerse.ARD.de entspricht den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft, gerade wenn es über die reine Börsenberichterstattung hinaus eine von kommerziellen Interessen unabhängige bildende und aufklärerische Funktion durch „eine kritische und objektive Betrachtung der hochkomplexen Vorgänge an den Finanzmärkten“ (TMK S.112) erfüllt und somit einen Beitrag zur „oft geforderten wirtschaftlichen Grundbildung der Bevölkerung“ (a.a.O.) leistet.

Dazu gehören zum Beispiel Hintergrundberichte zu den Ursachen der Finanzkrise, kritische Analysen zu den Geschehnissen an den Börsen- und Finanzmärkten sowie investigative Recherchen über dubiose Unternehmen und Finanzakteure, über potenzielle Risiken für nichtprofessionelle Anleger und über die Werbeversprechen von Wertpapieremittenten. Der Rundfunkrat begrüßt die Erklärung des Intendanten, dass sich die Redaktion von boerse.ARD.de verstärkt um entsprechende kritische und bildende Angebote bemühen wird, und die Berücksichtigung von Verbraucherschutzaspekten ausbauen will.

Dabei wurde auch berücksichtigt, dass der umfassende Themenbereich „Wirtschaft“ innerhalb des ARD-Gesamtangebots unter anderem von dem Bereich tagesschau.de abgedeckt wird. Die Zulässigkeit des boerse.ARD.de-Angebots bleibt von diesem allgemeineren Berichterstattungsinteresse jedoch unberührt. Das boerse.ARD.de-Angebot stellt über das oben Gesagte hinaus ein an den speziellen Nutzerinteressen in Bezug auf das Thema „Börse“ orientiertes Informationsangebot dar, das in besonderer Weise dem öffentlichen Informationsinteresse an verlässlicher, ausgewogener, bevölkerungsübergreifender und kritischer Berichterstattung über das Börsengeschehen und die Zusammenhänge auf den nationalen und globalen Finanzmärkten gerecht wird. Nach Auskunft der Redaktion findet eine sinnvolle Verständigung mit der Redaktion von tagesschau.de über die Abgrenzung des boerse-Angebots zur allgemeinen Wirtschaftsberichterstattung auf tagesschau.de statt.

1.2. Telemedienspezifische Anforderungen

- § 11d Abs. 3: Teilhabe an der Informationsgesellschaft, Orientierungshilfe, Vermittlung von Medienkompetenz (hier auch Überprüfung „kommunikatives Bedürfnis“)

Die Teilhabe an der Informationsgesellschaft kann allen Bevölkerungsgruppen durch ein barrierearmes und einfach zu bedienendes Angebot ermöglicht werden (z.B. mittels Screenreader, Braillezeile, Sprachausgaben oder Großbildsysteme).

Die Barrierearmut öffentlich-rechtlicher Angebote ist ein wesentlicher Bestandteil und Voraussetzung der Auftragserfüllung. Die hier bisher erfolgten

Maßnahmen sowie die zusätzlichen Ausführungen im Telemedienkonzept i.F.v. 10.6.2010 (S. 32f.) sind zu begrüßen, jedoch ist die ständige Fortentwicklung und Verbesserung der Angebote in diesem Punkt besonders bedeutsam.

Der Vermittlung inhaltlicher Medienkompetenz kommt angesichts der Vielzahl von Inhalten verschiedenster Anbieter eine besondere Bedeutung zu. Die zusätzlichen Ausführungen im Telemedienkonzept i.F.v. 10.6.2010 hierzu auf S. 25f. werden daher begrüßt. Wie auch bei der Leistung von Orientierungshilfe im Internet gilt es, den Nutzer in die Lage zu versetzen, selbstbestimmt mit Medien umzugehen. Darüber hinaus erfordert die Förderung von Medienkompetenz auch die Förderung des aktiven und gestaltenden Umgangs mit dem Medium Internet.

Zudem ist es auch Aufgabe öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote, vor Gefahren bei der Nutzung des Internet insbesondere im Hinblick auf Datenschutz hinzuweisen und diesbezüglich bewusstseins-schärfend zu wirken und eine eigenverantwortliche Nutzung durch den Einzelnen zu fördern. So sind die Auftritte der ARD-Angebote auf Web 2.0 Plattformen wie „Facebook“ und „Twitter“ als geeignete Maßnahme zur Erreichung insbesondere der jüngeren Zielgruppe anzusehen. Es ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass bei der Anmeldung bei derartigen Diensten private Daten möglicherweise der kommerziellen Verwertung zugänglich gemacht werden. Es wird daher angeregt, dauerhafte Hinweise in das Angebot aufzunehmen, in denen die Nutzer auf diese Gefahren aufmerksam gemacht werden und wie sie sich schützen können.

1.3. Kein Verstoß gegen gesetzliche Ge- und Verbote

- Einhaltung der gesetzlichen Verweildauerregelung nach § 11d Abs. 2
(kein Verstoß gegen 24-Stunden-Regelung für Sportgroßereignisse)

a) Stellungnahmen Dritter

Keine Äußerungen bis auf Kritik an der Regelung an sich; der jederzeitige öffentliche Zugang zu allen Angeboten wird gefordert sowie die Abschaffung des Sendungsbezugs (Stellungnahme Privatpersonen). Das „mitfinanzierte kulturelle Erbe sollte öffentlich zugänglich sein“ (Stellungnahme Privatpersonen). Eine zeitliche Begrenzung dürfe es nicht geben (BZpB S. 2).

- journalistisch-redaktionelle Gestaltung und Veranlassung (§ 11d Abs. 1)

a) Stellungnahmen Dritter

Die Aktienkurse bei boerse.ARD.de seien nicht „journalistisch-redaktionell“ veranlasst und gestaltet, da sie automatisiert und datenbankbasiert erstellt würden (VDZ S. 12).

b) Ausführungen des Intendanten

Der Kursdatenservice dürfe nicht isoliert betrachtet werden, sondern sei integraler Bestandteil des Gesamtangebotes. Er ergänze die jeweiligen journalistischen Beiträge (S. 13 K).

Bedenken hätten sich nachträglich gegenüber den Firmenprofilen ergeben, da diese nicht selbst erstellt würden; sie würden daher entfernt (S. 14 K).

c) Mitberatung durch den Programmbeirat

Die in der Mitberatung mitgeteilte Entscheidung des Intendanten, aufgrund der Beratungen des Drei-Stufen-Test-Ausschusses vormals angebotene Unternehmensprofile nicht mehr vorzuhalten, wird ausdrücklich begrüßt (S. 16 St. PbR). Die in ein eigenes redaktionelles Konzept eingebundenen Kursdaten seien unbedenklich und stellten ein Kernelement der Börsenberichterstattung dar (S. 15 St. PbR).

d) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Das Angebot bzw. dessen Elemente sind durchgehend „journalistisch-redaktionell“ gestaltet. Dies gilt auch für die angebotenen Kursdaten, da Börsenkurse ein Kernelement der Berichterstattung über das Börsengeschehen ausmachen und sich vorliegend sinnvoll in das Gesamtangebot einbetten und dieses ergänzen.

Vormals ebenfalls angebotene Unternehmensprofile waren hingegen vollständig von Dritten erstellt und en bloc eingekauft worden. Eine redaktionelle Kontrolle der Inhalte fand nicht statt. Aufgrund der Gefahr manipulativer oder verzerrter Berichterstattung sowie der mangelnden Kontrollmöglichkeit der Redaktion konnte hier somit nicht von einem redaktionell eigenverantwortlich erstellten Angebot ausgegangen werden. Die Intendanz hat daher zugesagt, dass die Unternehmensprofile nicht mehr angeboten werden. Insofern ergaben sich keine Bedenken in Hinblick auf das Konzept, sondern in Hinblick auf das vorgehaltene Angebot selbst.

- kein nicht-sendungsbezogenes presseähnliches Angebot (§ 11d Abs. 2 Nr. 3)

a) Stellungnahmen Dritter

Die ARD-Angebote enthielten bereits jetzt presseähnliche Angebote; insb. stellten auch bereits einzelne presseähnliche Artikel presseähnliche Angebote dar (VDZ S. 8-10).

b) Ausführungen des Intendanten

Nach der Neuregelung des RStV seien presseähnliche Angebote nur solche, die „nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen“. Dies gelte für Gestaltung und Inhalt. Schon aufgrund der Verlaufsberichterstattung der ARD-Telemedien sei keine Vergleichbarkeit gegeben. Zudem weise das

Angebot audiovisuelle Elemente, grafische Darstellungen etc. auf, die der traditionellen Presse fremd seien (S. 7f. K).

c) Mitberatung durch den Programmbeirat

boerse.ARD.de sei nicht presseähnlich, da es sich von den Print-Angeboten insb. durch Audio- und Videobeiträge, Photostrecken, interaktive Grafiken, Verlinkungen etc. unterscheide; der PbR begrüßt die Zusage des Intendanten, die entsprechenden Darstellungsformen in Zukunft noch zu stärken (S. 19 St. PbR).

d) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Das Angebot stellt kein unzulässiges nicht-sendungsbezogenes „presseähnliches“ Angebot dar.

Der Begriff der Presseähnlichkeit ist noch nicht vollständig geklärt. In § 2 Abs. 2 Nr. 20 RStV sind als presseähnlich solche Inhalte definiert, die nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen. Die bei boerse.ARD.de enthaltenen audiovisuellen Elemente sind den Darstellungsformen der Print-Medien nicht vergleichbar. Insbesondere ist boerse.ARD.de auch nicht vergleichbar mit den Internet-Auftritten der Verlage. Die Informationen bei boerse.ARD.de sind kürzer und prägnanter.

Ansonsten konnten Bedenken, die sich in Hinblick auf das Verbot der „Presseähnlichkeit“ nicht-sendungsbezogener Angebote zum Teil ergeben haben, dadurch ausgeräumt werden, dass seitens der Intendanz die - vom Rundfunkrat weiterhin zu überprüfende - Zusage gemacht wurde, in Zukunft Sendungsbezüge, Verlinkungen sowie rundfunktypische Darstellungsformen (mit Interviews, Hintergrundberichten etc.) deutlicher herauszustellen und zu stärken. Hier sollte den zukünftigen Entwicklungen des noch in der Herausbildung befindlichen, neuen Mediums Internet nicht durch eine verfrühte Verengung auf bestimmte Darstellungsformen vorgegriffen werden.

- kein Verstoß gegen die Negativliste (§ 11d Abs. 5 S. 4 i.V.m. Anlage zum RStV)

a) Stellungnahmen Dritter

Kursdatenservice, Renditerechner und persönliches Depot seien unzulässig, da sie den Verboten der Nr. 3 (Berechnungsprogramme) und Nr. 10 (Software) unterfielen (RTL, S. 7).

Bildergalerien, Slide-Shows etc. unterfielen Nr. 15 der Negativlisteliste (Fotodownloads; RTL, S. 7). Bei den vorgesehenen „punktuell themen- und ereignisbezogenen Foren und Blogs“ sei der nach Nr. 17 der Negativliste erforderliche Sendungsbezug nicht gewährleistet (RTL, S. 7).

b) Ausführungen des Intendanten

Ein Download nach Nr.15 der Negativliste setze voraus, dass dem Nutzer die Fotos dauerhaft und mittels einer Lizenz zur Verfügung gestellt würden (S. 9 K). Renditerechner und Musterdepot unterfielen nicht Nr. 3 der Negativliste, da keine Preisberechnung oder dgl. geboten werde; das virtuelle Depot sei journalistischer Standard (S. 12 K).

c) Mitberatung durch die GVK

Die GVK bittet darum, sich mit den Instrumenten „Renditerechner“ und „Musterdepot“ wegen eines möglichen Verstoßes gegen Nr. 3 der Negativliste näher zu befassen.

d) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Es liegt kein Verstoß gegen die Negativliste vor. Der ursprünglich vorgesehene Renditerechner wurde aus dem Angebot entfernt. Eine abschließende rechtliche Beurteilung erscheint gegenwärtig nur schwer möglich; es kann jedoch nicht mit letzter Gewissheit ausgeschlossen werden, dass es sich beim Renditerechner um ein unerlaubtes „Berechnungsprogramm“ im Sinne der Negativliste handelt, da die Berechnung der Erträge bestimmter Anlageprodukte ermöglicht wird. Statt eines eigenen Renditerechners sollte das Angebot nun einen Link enthalten, der auf einen unbedenklichen Drittanbieter verweist (z.B. die Stiftung Warentest).

Im Gegensatz zum Renditerechner stellt das Musterdepot kein unzulässiges Rechenprogramm im Sinne der Negativliste dar. Es wird im Wesentlichen lediglich der vorhandene Bestand der Wertpapiere abgebildet. Die bloße Addition der Anlagewerte stellt einen derart simplen Vorgang dar, dass es unangemessen erschiene, hier bereits das Vorliegen eines Berechnungsprogramms erblicken zu wollen. Ein solches wird nur dann vorliegen, wenn ein komplexer Berechnungsvorgang erfolgt, der jedenfalls über eine bloße Addition verschiedener Posten hinausreicht.

Es handelt sich bei dem Musterdepot auch um kein nach Nr. 14 der Negativliste unzulässiges (oder unter dem Gesichtspunkt seines mangelnden publizistischen Nutzens zu verwerfendes) „Spieleangebot“. Die Einrichtung des Depots erfordert einen größeren Aufwand; insbesondere muss der Nutzer die WKN-Nummer o.Ä. des Wertpapiers kennen. Es ist somit nicht davon auszugehen, dass das Depot als „Börsenspiel“ in nennenswertem Umfang verwendet wird. Überwiegend ist von einer Nutzung durch Aktieninhaber auszugehen.⁵ Es wird allerdings zugleich dem Börsenanfänger die Möglichkeit gegeben, eine

⁵ *Nach den Ergebnissen der Beratungen der GVK kommt ein unerlaubtes Spieleangebot nur dann in Betracht, wenn der Spielcharakter im Vordergrund steht.*

theoretische Erprobung seiner Börsenanlage zu ermöglichen und damit typische Anfangsfehler bei der Anlagestrategie zu vermeiden. Insofern dient das Depot aber durchaus dem sozialen Bedürfnis der Bevölkerung nach Aufklärung über Geldanlage und Vermögensbildung.

Es stellt auch keinen Verstoß gegen die Negativliste dar, wenn in dem Angebotssegment „Unternehmensdaten“ zusätzlich zu den Unternehmensdaten Links angeboten werden, die zu den Unternehmens-Internetseiten führen. Diese sind nicht unzulässig im Sinne von Nr. 12 der Negativliste, da sie keine unmittelbare Kaufempfehlung enthalten. Es handelt sich um eine naheliegende Servicefunktion, bei der eindeutig ist, dass die auf den verlinkten Seiten angebotenen Informationen vom jeweiligen Unternehmen selbst, und nicht etwa vom hr stammen.

In Hinblick auf nach Nr. 17 der Negativliste unzulässige Foren oder Chats ohne Sendungsbezug und redaktionelle Betreuung konnten bestehende Bedenken dadurch ausgeräumt werden, dass der Intendant die lediglich sehr vage gehaltene Formulierung des Telemedienkonzeptes, dass interaktive Dienste „nur punktuell und dosiert“ eingesetzt würden, dahin konkretisiert hat, dass dies über die ohnehin geltenden gesetzlichen Schranken hinaus bedeute, dass

1. keine thematisch freien Plattformen vorgehalten werden, auf denen Nutzer jederzeit aktiv werden können
2. bereits die Themenauswahl so erfolgt (z.B. Anlagestrategien, ethische Aspekte der Geldanlage), dass Nutzer nicht zu unlauteren Marktbeeinflussungen ermuntert werden
3. alle nutzergenerierten Inhalte vor einer Veröffentlichung redaktionell geprüft werden
4. Kommentare nicht veröffentlicht werden, in denen eine Bewertung einzelner Wertpapiere erfolgt oder bei denen allgemein der Verdacht einer unlauteren Marktbeeinflussung besteht
5. Kommentare sowohl sprachlich als auch inhaltlich mit dem Niveau des Gesamtangebots boerse.ARD.de vereinbar sein müssen.

Es liegen auch keine unzulässigen Ratgeberportale ohne Sendungsbezug im Sinne von Nr. 6 der Negativliste vor. Bei dem angebotenen Anlegerlexikon handelt es sich um aufklärendes, bildendes Material. Hier wird keinerlei Rat im Sinne einer konkreten Handlungsempfehlung gegeben. Auch bei dem Angebot „performance/ Rendite“ wird kein Rat gegeben, sondern lediglich Aufklärung betrieben. Auch beim Newsarchiv wird nicht etwa ein Ratschlag erteilt, sondern es steht der historisch-bildende Charakter des Angebotselements im Vordergrund.

2. Zweite Stufe: In welchem Umfang trägt das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei?

2.1 Marktliche Auswirkungen des Angebots

2.1.1 Stellungnahmen Dritter

Es bestehe eine Vielzahl privater Angebote für den Bereich Börse (VDZ S. 11). Die Ausführungen im Telemedienkonzept hierzu griffen zu kurz (VDZ S. 4). Insbesondere seien auch traditionelle Print-Produkte in den Kreis relevanter Wettbewerber miteinzubeziehen (VDZ S. 15, 18). Die im TM-Konzept vorgenommene Unterteilung in „cluster“ überzeuge nicht, da sie willkürlich erfolge (VDZ S. 21). Der Markt dürfe auch nicht künstlich auf solche Angebote verengt werden, die dem öffentlich-rechtlichen Angebot vollumfänglich entsprächen; vielmehr genüge auch eine partielle Übereinstimmung eines Angebots, um als Alternative in Betracht zu kommen (VDZ, S. 22).

Von dem geplanten Angebot gingen erhebliche Einschränkungen bzw. Gefährdungen aus, z.B. auf die RTL-Angebote n-tv.de und telebörse.de. (RTL, S.33). Durch das einheitliche Auftreten der ARD-Angebote und die auch crossmedialen Synergieeffekte, komme es zu einer starken Bedrängung der Privaten, (RTL, S. 29; VDZ S. 28f.), z. B. auch durch die angebotenen interaktiven Elemente (RTL, S. 33f.) Aufgrund der Gebührenerhöhungen bei ARD/ZDF und den Einnahmerückgängen bei der Werbung seien die Privaten strukturell besonders benachteiligt (VDZ, S. 28). Im Übrigen gehe das Konzept entgegen den Vorgaben des RStV nicht auf die marktlichen Auswirkungen ein (VDZ S. 27).

In dem 2. Teil der Stellungnahme des VPRT wird lediglich festgestellt, dass die tatsächlichen Marktauswirkungen der öffentlich-rechtlichen Angebote nicht verlässlich festgestellt oder prognostiziert werden können. Die Beschreibung der einzelnen Angebote in den Telemedienkonzepten sei so allgemein gehalten, dass sie im Falle einer Genehmigung in praktisch unendlich vielen Umsetzungsvarianten fortentwickelt werden könnten (S. xi des Gutachtens „Ökonomische Auswirkungen von öffentlich-rechtlichen Online-Angeboten“, Marktauswirkungen innerhalb von Drei-Stufen-Tests - Gutachten im Auftrag des VPRT e.V. von Professor Dr. Ralf Dewenter).

a) Ausführungen des Intendanten

Es seien 107 Onlineangebote mit Wirtschafts- und Börseninformationen in deutscher Sprache zwischen dem 1. und 17. April 2009 ermittelt worden. Diese ließen sich den folgenden neun Clustern zuordnen:

- Wirtschaftsrubriken in General-Interest-Portalen: 21 Angebote,
- Börsen- und Finanzrubriken von Wirtschaftsmedien: sechs Angebote,

- 100-prozentig journalistische Börsenangebote: 17 Angebote,
- Finanzinformationsdienstleister mit Schwerpunkt Information: 14 Angebote,
- Finanzinformationsdienstleister mit Schwerpunkt Daten: zwölf Angebote,
- Banken: zehn Angebote,
- Börsenbetreiber: sechs Angebote,
- Finanz-Communities: sechs Angebote,
- Private Angebote / Blogs: 15 Angebote (S. 119 TMK).

Es finde sich im Internet unstreitig eine Vielzahl von Angeboten zu Börsen- und Wirtschaftsinformationen, die sich in ihrer Struktur, ihrer thematischen Schwerpunktsetzung und inhaltlichen Tiefe entsprechend den beschriebenen Clustern deutlich voneinander unterscheiden. Insbesondere in den ersten drei Clustern fänden sich direkte Wettbewerber von boerse.ARD.de mit einem hohen professionellen Standard. Die Angebote der oben beschriebenen Finanzinformationsdienstleister, Banken und Börsenbetreiber könnten als publizistische Wettbewerber in Teilbereichen beschrieben werden. Ihre journalistischen Inhalte seien oft nur teilverantwortet und meist nicht durchgängig tagesaktuell. Vor allem aber lieferten sie in der Regel nur eine vom jeweiligen Geschäftsmodell geprägte eingeschränkte Bandbreite von Informationen zur Entwicklung in den Märkten, Unternehmen und Produkten. Die skizzierten Charakteristika der Finanzcommunities sowie der privaten Angebote bzw. Blogs legten es nahe, diese Angebote nur sehr eingeschränkt als publizistische Wettbewerber zu betrachten.

Konzepte mit nennenswerten journalistischen Eigenleistungen bildeten eine Minderheit. Vielfach würden dieselben Quellen (Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen, Agenturnachrichten, Kursdaten) nur ausgewertet und die Inhalte mehr oder weniger automatisch zusammengestellt und präsentiert. Bei zahlreichen Angeboten stehe zudem die Versorgung mit umfangreichen Daten (Kurse, Charts, Kennzahlen) im Mittelpunkt. boerse.ARD.de zeichne sich in diesem Kontext vor allem durch die journalistische Eigenständigkeit aus, die das Angebot präge. boerse.ARD.de verzichte vollständig auf die von vielen Mitbewerbern verwendeten automatisiert eingebundenen Agenturnachrichten oder Analystenmeinungen. Alle im Angebot von boerse.ARD.de veröffentlichten Texte würden von der Redaktion erstellt (S. 127f. TMK).

Traditionelle Printprodukte seien keine Wettbewerber und daher nicht zu berücksichtigen (S. 20 K). Soweit einzelne Anbieter bei der Marktanalyse übersehen worden seien, so wäre dies auch dem realen Nutzer so ergangen, da die Mitbewerber mittels einer Suchmaschinenanfrage ermittelt worden seien (S. 21f. K).

Die Unterteilung in „cluster“ im TMK sei zweckmäßig, da man sonst jedes Angebot einzeln hätte vergleichen müssen; eine vollständige Homogenität innerhalb einer Gruppe könne es naturgemäß nicht geben (S. 22 K).

Crossmediale Werbung werde auch aufgrund der Markenstrategien der ARD kaum veranstaltet und sei überdies in ihren Wirkungen überschätzt. Verlage hätten hier viel bessere Möglichkeiten der Crossvermarktung (S. 6 K).

Eine Nutzerabwanderung von teleboerse.de zu boerse.ARD.de sei nicht belegt. Teleboerse.de sei fünf Jahre nach boerse.ARD.de gestartet worden und habe seitdem erfolgreich operiert. Falls eine Nutzerabwanderung stattgefunden habe, dann in umgekehrter Richtung (S. 18 K).

boerse.ARD.de nutze die Möglichkeiten der Interaktion und Kommunikation mit dem Leser nur sehr dosiert. Die Betrachtung anderer börsennaher Communities mit flächendeckenden Interaktionsmöglichkeiten habe gezeigt, dass die dort geäußerten Meinungen sich unmittelbar auf den Kursverlauf der diskutierten Aktien niederschlagen könnten. Diese Möglichkeit werde regelmäßig von Spekulanten genutzt, um Aktienkurse in ihrem Sinne zu bewegen. Um solche negativen Effekte und Manipulationen vermeiden zu können, wäre ein immenser Betreuungsaufwand notwendig. Daher gebe es bei boerse.ARD.de keinen permanenten Chat und auch kein permanentes Forum. Dennoch schaffe die Redaktion punktuell themen- und ereignisbezogene Kommunikationsmöglichkeiten, um Nutzern z. B. über Foren und/oder Kommentarfunktionen die Chance zu geben, sich in die Berichterstattung über ein Thema einzubringen (S. 114 TMK).

2.1.2 Gutachten

a) Methodik

Das Gutachten geht von dem auch von der Ofcom im englischen public value-test angewandte sog. „market impact assessment“-Test aus. Dabei wird zunächst eine Marktabgrenzung vorgenommen, sodann folgt eine statische und eine dynamische Marktanalyse (Situation mit und ohne das boerse.ARD.de-Angebot), welche schließlich auf die Frage der Marktanteile projiziert wird, und zwar sowohl aus Nachfrager- als auch aus Anbietersicht. Mittel der Untersuchung waren: desk research, Konsumentenbefragung, Experteninterviews, die Stellungnahmen Dritter, sowie vom hr erhaltene Informationen.

b) Darstellung der Ergebnisse

Das Gutachten sieht auf Angebotsseite negative Auswirkungen in Form von entzogenen Reichweiten und daher von einem entgangenen Netto-Werbeerlösvolumen von 0,5 – 1,7 Mio. Euro im Werbemarkt für Wirtschafts-,

Finanz- und Börseninformationen, der auf ein Volumen von 27-34 Mio. Euro jährlich schätzen. Boerse.ARD.de habe einen Marktanteil von lediglich ca. 3,4 % (S. 42 PwC-Gutachten). Diese Erlöse würden sich mit großer Wahrscheinlichkeit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen (S. 48 PwC- Gutachten). Marktaustritte würden nicht herbeigeführt, Markteintritte desgleichen nicht verhindert (S.11 PwC-Gutachten). Negative Auswirkungen auf Bezahldienste seien gegenwärtig nicht gegeben. Aufgrund der ungewissen Entwicklungen in der Zukunft könnten größere nachteilige Effekte jedoch nicht sicher ausgeschlossen werden. In Hinblick hierauf wird vorgeschlagen, die Dauer des Angebots insgesamt zeitlich zu befristen (S. 12 PwC-Gutachten).

Auf der ebenfalls berücksichtigten Nachfrageseite soll ein signifikanter Verlust für die individuellen privaten Bedürfnisse eher unwahrscheinlich sein, da davon ausgegangen werde, dass insoweit das Angebot durch andere Anbieter substituierbar sei (S. 12/ S. 50 PwC-Gutachten).

c) Ausführungen des Intendanten

Seinen Grundzügen und Hauptaussagen nach könne dem Gutachten zugestimmt werden (S. 6 K PwC⁶). Insoweit das Gutachten allerdings einen Schwerpunkt der Nutzung des Angebots bei den „umfangreichen“ Kursdaten auszumachen glaube, werde dem widersprochen. Andere Anbieter würden wesentlich breiter und tiefergehend informieren, z.B. auch in Form von realtime-Kursen (S. 6 K PwC). Das typische Nutzerverhalten Sorge zudem für ein strukturelles Ungleichgewicht zwischen Kursdatenabfrage und der Nutzung redaktioneller Beiträge, was die reine Zahl der Zugriffe angehe. Der Schwerpunkt der faktischen Nutzung liege aber bei den redaktionellen Beiträgen, die häufig lediglich mittels der Kursabfragen verifiziert würden (S. 7 K PwC).

Die Auswirkungen des boerse-ARD.de-Angebots auf die Privaten sei noch geringer als vom Gutachter angenommen. Der mit 1,0 – 1,5 angesetzte Korrekturfaktor, der aus einer angeblichen größeren Verteilung der einzelnen Beiträge bei den Privaten auf verschiedene Pages resultieren und die größere Zugriffsmenge bei vergleichbaren privaten Angeboten korrigieren solle, sei unangemessen hoch. Eine Verteilung redaktioneller Beiträge auf mehrere Pages sei teilweise gar nicht möglich bzw. Sorge für eine sinkende Akzeptanz des Angebots und resultiere daher wiederum in geringeren Nutzungszahlen (S. 9 K PwC). Auch eine Substitutionsrate von bis zu 100 Prozent sei unzutreffend; wie sich aus dem Gutachten selbst ergebe, würden 45 % der Nutzer laut Umfrage das ARD-Angebot nicht durch andere Angebote substituieren (S. 9 K PwC).

Insoweit das Gutachten einen geringen Nutzenverlust auf Nachfrageseite annimmt, sei dies unzutreffend. Die genannten Alternativangebote unterschieden

⁶ K PwC= Kommentierung des Intendanten zum Gutachten von PwC.

sich in Informationsqualität und Übersichtlichkeit erheblich vom ARD-Angebot und entsprächen nicht dem besonderen Profil des boerse.ARD.de-Angebots, was Zielgruppenansprache, redaktionelle Unabhängigkeit und einordnende kritische Recherche angehe (S. 11 K PwC).

Zudem nehme das Gutachten durch die Untersuchung über den Nachfragenutzen die Frage des qualitativen Beitrags zum Wettbewerb vorweg, wengleich der für diese Frage unzuständige Gutachter selbst einräumt, dass seine Untersuchung die publizistischen Auswirkungen nur in Ansätzen erfassen könne (S. 11 K PwC).

Die Annahme, es könne aufgrund heute noch nicht absehbarer Entwicklungen zu stärkeren Marktbeeinträchtigungen in der Zukunft kommen, sei rein spekulativer Natur, auf hypothetische Entwicklungen gestützt und letztlich nicht Gegenstand des Gutachtens. Eine Befristung des Angebots in Hinblick hierauf widerspreche dem Zweck des Verfahrens, eine endgültige Feststellung der Zulässigkeit öffentlich-rechtlicher Online-Aktivität zu erreichen und widerspreche der Regelung des Art. 7 Abs. 1 des 12. RÄndStV.

d) Erkenntnisse/ Ergebnisse und Fragen aus der Beratung (z.B. Gutachtergespräch)

Seitens des Gremiums wurde gegenüber PwC hinsichtlich der Konsumentenbefragung nachgefragt, ob die Zahl von ca. 250 faktisch durchgeführten Befragungen zu boerse.ARD.de ausreichend sei. Hierauf wird seitens PwC versichert, dass dies für eine Strukturanalyse ausreichend sei (nicht hingegen z.B. für Reichweitenanalysen).

2.1.3 Feststellung/ Bewertung der marktlichen Auswirkungen durch den Rundfunkrat

Wie das PwC-Gutachten nachvollziehbar dargelegt hat, sind die marktlichen Auswirkungen gering.

2.2 Publizistischer Beitrag des öffentlich-rechtlichen Angebots (isolierte Betrachtung)

2.2.1 Alleinstellungsmerkmale und Qualitätsmerkmale

a) Stellungnahmen Dritter

Die Berichterstattung über kleine und mittlere Unternehmen (kmU) finde sich nicht nur bei boerse.ARD.de, sondern auch an anderer Stelle im Internet (RTL,

S. 14). Auch ansonsten finde sich Berichterstattung für Kleinanleger und Laien ferner auch bei den privaten Medien (VDZ, S. 24).

Im Übrigen sei die behauptete schwerpunktmäßige Berichterstattung über kmU überhaupt nicht festzustellen; der Schwerpunkt liege vielmehr bei der Berichterstattung über große Unternehmen (PRO7, S. 4). Von anderer Seite wird bemerkt, die Berichterstattung über kmU sei überhaupt kein Vorzug, da es sich hierbei um die risikoreichste Anlageform handele, wohingegen die boerse.ARD.de-Zielgruppe (Vermögensanleger) eher an sicheren Anlageformen interessiert sei (VDZ S. 27).

Nutzergenerierte interaktive Elemente sollten umfassend ermächtigt werden (VPRT, S. 74).

Teilweise sei es zu Kaufempfehlungen gekommen (BDZV, S. 60).

Die Werbefinanziertheit der privaten Medien schließe eine unabhängige Berichterstattung nicht aus. Insbesondere sei der Grundsatz der Trennung von Werbung und Programm im Pressekodex und UWG verankert (VDZ S. 26).

Es gebe zudem keine verbindliche Festlegung dessen, was unter publizistischer Qualität zu verstehen sei, weshalb auch die Auswahl der im Telemedienkonzept herangezogenen ARD-Kriterien unzulässig sei; es gebe jedenfalls viele dem ARD-Angebot gleichwertige Angebote (VDZ, S. 21).

Von anderer Seite wird hingegen betont, die öffentlich-rechtlichen Angebote stellten einen wichtigen Beitrag zum Meinungspluralismus und eine Quelle seriöser und verlässlicher Information dar (BZpB, S. 2). Hintergrundmaterialien, die bei der Produktion entstanden seien, könnten gut im Internet publiziert werden (BZpB, S. 3). Dies gelte für Börsenthemen insbesondere in wirtschaftlichen Krisenzeiten; gerade die Unabhängigkeit von wirtschaftlichen Interessen mache hier ein besonderes Qualitätsmerkmal aus (BZpB, S. 3).

Besondere Qualitätsmerkmale des öffentlich-rechtlichen Rundfunks seien insbesondere: eine leichte Auffindbarkeit und eine gute Strukturierung, ein qualitativ besseres Angebot gegenüber der Konkurrenz, das Bieten einer Orientierungshilfe und eine gute Verständlichkeit (VerbrZ S. 3.).

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sei besonders glaubwürdig, unabhängig von kommerziellen Interessen und biete eine besondere Strukturierung, Priorisierung und Einordnung der Informationen in einer unübersichtlichen Angebotsfülle, indem er dem Börsenlaien auf das Wesentliche konzentrierte Informationen biete (VerbrZ, S. 4).

Die öffentlich-rechtlichen Angebote seien sehr wichtig, zB für die Arbeit der Volkshochschulen, bei denen auch Internetangebote mit herangezogen würden (VHV, S. 1). Sie hätten eine auch historische Dimension im Sinne eines „gesellschaftlichen Gedächtnisses“ (VHV, S. 2).

b) Ausführungen des Intendanten

Es sei kein z.T. geforderter „publizistischer Mehrwert“ erforderlich, sondern ein „Beitrag zum publizistischen Wettbewerb“ zu leisten. Ein solcher liege bereits vor, wenn eine weitere eigenständige publizistische Befassung mit einem bestimmten Thema stattfinde, sofern hiermit ein Beitrag zur Vielfalt in den Telemedien geleistet werde, indem z.B. andere Gewichtungen oder Hintergrundinformationen geliefert würden (S. 23f. K).

Nutzergenerierte Elemente sollten nur „sehr dosiert“ und nach genauer redaktioneller Abwägung eingesetzt werden; dies ergebe sich schon aus den aufwendigen Kontrollanforderungen (S. 10 K).

Kaufempfehlungen seien nie gegeben worden. Punktuell habe es positive Berichterstattung bezüglich bestimmter Anlageformen gegeben (S. 11 K).

Die Inhalte von teleboerse.de seien (im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Angebot) zum Teil von externen Kräften mit wirtschaftlichen Interessen und nicht von der Redaktion selbst erstellt (S. 19 K).

Die schwerpunktmäßige Berichterstattung über kmU spiegele sich weniger in der Zahl der Beiträge, als vielmehr im redaktionellen Aufwand (Recherche etc.) wieder; die Berichterstattung über die kmU sei ein wichtiges Feld, da hier bei den anderen Anbietern nur wenig unabhängige Informationen verfügbar seien (S. 25 K).

c) Mitberatung durch die GVK

Die GVK hält das Angebot boerse.ARD.de für geeignet, einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb zu leisten. Sie sieht es jedoch für notwendig an, eine genauere Betrachtung der besonderen Qualität des Angebots unter Berücksichtigung der vergleichbaren Konkurrenten vorzunehmen.

Angesichts der niedrigen Nutzerzahlen und des Gutachtensergebnisses, dass eine Vielzahl von Alternativangeboten denselben Kundennutzen böten, solle das Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks inhaltliche Alleinstellungsmerkmale über die Unabhängigkeit der Berichterstattung hinaus aufweisen.

Die GVK folgt dem Rundfunkrat des HR in der Meinung, dass von boerse.ARD.de keine relevanten negativen Marktauswirkungen ausgehen (s. 7 MBV boerse).

d) Mitberatung durch den Programmbeirat

Der Beirat sieht es als problematisch an, wenn Nutzer an bestimmten Chats/Foren nur dann teilnehmen können, wenn sie sich hierfür in einer kommerziellen Web 2.0-Applikation registrieren müssen, wobei ihre Daten gespeichert werden und/oder möglicherweise weiterverwendet werden. Hier sollte nach weiteren Lösungen gesucht werden, (S. 23 St. PbR).

e) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Die Sichtung der Wettbewerber erfolgte anhand der im TMK genannten Konkurrenzangebote und aufgrund eigener Sachkunde und Recherche des Ausschusses sowie einer ergänzenden Recherche des juristischen Referenten in der Goldmedia-Datenbank. Die Bestandsaufnahme der bestehenden Konkurrenzangebote hat einen insgesamt eher kleinen Kreis relevanter Wettbewerber ergeben. Die (gleichermaßen berücksichtigten entgeltlichen wie unentgeltlichen) Angebote im Bereich Börse richten sich z.T. an hochprofessionell an der Börse agierende Zielgruppen mit sehr speziellen Angeboten, für die das boerse.ARD.de-Angebot keine relevante Konkurrenz darstellt. Zu einem Teil richten sich die Angebote schlicht an die Kunden von Anlageunternehmen; auch hier ist keine Austauschbarkeit der Angebote aus Konsumentensicht gegeben, so dass nicht von einem einheitlichen Markt ausgegangen werden kann.

Gemessen an den relevanten Wettbewerbern⁷ enthält das Angebot einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb. Ein Großteil der Angebote setzt andere publizistische Schwerpunkte, wie z.B. welt.de, n-tv/börse, n.24, t-online, spiegel.de oder das Angebot des „stern“. Das Angebot des Manager-Magazins richtet sich an Fachleute und ist jedenfalls insofern qualitativ nicht dem an Laien adressierten boerse.ARD.de-Angebot vergleichbar. Die Angebote faz.net, sueddeutsche.de (sowie eventuell noch handelsblatt und ftd) erscheinen dem ARD-Angebot in etwa vergleichbar.

Das Angebot von boerse.ARD.de weist einen hohen Grad an journalistisch-publizistischer Qualität hinsichtlich Gestaltung sowie Themenauswahl und -breite auf. Das boerse.ARD.de-Angebot ist glaubwürdig, frei vom Verdacht der Interessengeleitetheit und beinhaltet als einziges Angebot keinerlei Kaufempfehlungen. Es ist allgemeinverständlich und richtet sich an den Börsenlaien und damit die Breite der Bevölkerung. Es ist kritisch, investigativ und weist auch auf Anlagerisiken hin. Es hat einen auch bildenden Charakter. Es deckt Themen ab, die von anderen Wettbewerbern nur unzulänglich abgedeckt werden wie z.B. die Berichterstattung über kleine und mittlere Unternehmen.

⁷ Berücksichtigt wurden Telemedienangebote als „vergleichbare“ Angebote im Sinne von § 11 f IV 3 RStV.

Zum Teil handelt es sich bei diesen um fragwürdige Gründungen, die der kritischen Beleuchtung bedürfen. Zum Teil handelt es sich aber auch um erfolgreiche Marktakteure, die positive Beispiele für erfolgreiches Unternehmertum darstellen. Gegenüber den überwiegend pressennahe Angebote offerierenden Wettbewerbern bietet das boerse.ARD.de-Angebot auch rundfunktypische Darstellungsformen wie audiovisuelle Beiträge. Das Angebot leistet einen wichtigen Beitrag zum Wettstreit der Meinungen und weist wie dargelegt wesentliche Qualitätsmerkmale und Alleinstellungsmerkmale gegenüber den privaten Wettbewerbern auf.

Im Hinblick auf die Zulässigkeit des Angebots sicherte die Intendanz zu, in Zukunft börsenkritische sowie bildende Themen zusätzlich zu stärken. Bedenken hinsichtlich der besonderen Qualität des Angebots wurden minimiert, weil seitens der Intendanz zugesagt wurde, in Zukunft Sendungsbezüge, Verlinkungen sowie rundfunktypische Darstellungsformen noch deutlicher herauszustellen und zu stärken. Das gilt auch im Blick auf Bedenken hinsichtlich der Qualität interaktiver Elemente. Die Konkretisierung der hierfür geltenden Vorgaben in Form eines Regelwerkes (siehe bereits oben bei B) 1.3) wurde seitens der Intendanz zugesichert.

2.2.2 Publizistische Bestimmung / Begründung der Verweildauerfristen

a) Stellungnahmen Dritter

Die Fristen seien in jedem Fall zu lange; maximal sei 1 Monat zulässig. Bei boerse.de werde i.d.R. nach 28 Tagen depubliziert, da danach keine sinnvolle Werbefinanzierung mehr möglich sei (RTL, S 28). Das Konzept enthalte keine sinnvolle Differenzierung der Verweildauerzeiten (VDZ, S. 12).

b) Ausführungen des Intendanten

Alle von boerse.ARD.de verantworteten und publizierten Inhalte würden gemäß den Kriterien des Verweildauerkonzepts der ARD vorgehalten (s. Kapitel II, Abschnitt 3.3).

Aktuelle Sendungen würden sieben Tage vorgehalten. Dazu gehörten bei boerse.ARD.de die Sendung „boerse im Ersten“ sowie aktuelle Verlaufsberichterstattungen, etwa die Zwischenversionen von mehrmals täglich aktualisierten Börsenüberblicken aus Fernsehen und Radio, die keine Tageszusammenfassungen darstellten.

Über die Dauer von sieben Tagen hinaus verblieben Sendungen, Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte längstens wie folgt in den Mediatheken:

- Magazine, Dokumentationen und Reportagen bis zu zwölf Monate wie z. B. die Börsenberichterstattung innerhalb des Phoenix Wochenrückblicks.
- Ausgewählte Unterhaltungssendungen (z. B. Kabarett), Interview- und Talkformate sowie Sendungsbeiträge zu ausgewählten Themen bis zu zwölf Monate, wie z. B. „Stadtgespräch“ (HR-Fernsehen) zur Finanzkrise, herausragende Interviews wie z. B. mit Großinvestor Warren Buffett.
- Sendungen und Sendungsbeiträge aus dem Bereich Bildung und andere audiovisuelle Bildungsinhalte bis zu fünf Jahre, wie z. B. Erläuterungen und Berichte in den Themenfeldern Finanz- und Wirtschaftswissen bei boerse.ARD.de. (S. 115 TMK)

Nur wenige Inhalte würden über längere Zeiträume vorgehalten z.B. um Wissenschafts- oder Bildungseinrichtungen Recherchen zu ermöglichen. Börseninformationen seien ansonsten tagesaktueller Natur; insofern entwickle sich aber auch kein schädlicher Wettbewerbsdruck auf die anderen Marktakteure (S. 28 K).

Im Übrigen seien speziell auf dem Sektor Börse lange Verweildauerzeiten wirtschaftlich ohne Relevanz, da vor allem Tagesaktuelles interessiere (S. 28 K).

c) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Bezüglich der gewählten Verweildauerzeiten ergeben sich keine Bedenken. Die über mehrere Jahre vorgehaltenen allgemeinen Informationen zu den Themen Börse und Finanzmarkt behalten ihre Gültigkeit auch über Jahre hinaus (i.Ü. vgl. noch unten 2.3).

2.2.3 Feststellung/ Bewertung des publizistischen Beitrages des Angebots

Es ergeben sich somit keine nachhaltigen Bedenken gegen das Angebot.

2.3 Bewertung des publizistischen Nutzens (Abwägungsprozess)

Berücksichtigung der im RStV (nicht abschließend) genannten Abwägungskriterien:

- Grad der marktlichen Auswirkungen (entsprechend des Ergebnisses aus 2.1)
- Quantität und Qualität vorhandener frei zugänglicher Angebote:
Identifizierung der publizistischen Wettbewerber (keine Pay-Angebote) und Vergleich mit den publizistischen Wettbewerbern
- meinungsbildende Funktion anhand vorhandener vergleichbarer öffentlich-rechtlicher und privater Angebote

a) Stellungnahmen Dritter

Der positive Beitrag, den das Angebot für sich genommen leistet, stehe außer Verhältnis zu den negativen marktlichen Auswirkungen, die das Angebot mit sich bringe (RTL S. 16). Boerse.ARD.de werde den privaten Anbietern Anteile im publizistischen Wettbewerb abnehmen, so dass im Ergebnis weniger Vielfalt und ein geringwertigeres Medienangebot vorhanden sei (VDZ S. 29).

Von anderer Seite wird bemerkt, dass allenfalls eine geringfügige Beeinträchtigung der Privatsender gegeben sei. Diese sei hinnehmbar, da das Gemeinwohl höher zu bewerten sei, als das Interesse der „Privatwirtschaft und Aktionäre“ (Stellungnahme Privater).

Weiter wird vorgetragen, es bestehe keine Gefahr einer marktbeherrschenden Stellung, da zahlreiche privatwirtschaftliche Angebote zu Börse und Wirtschaft vorhanden seien (BZpB S. 3).

Die öffentlich-rechtlichen Angebote seien wichtig für ein Gleichgewicht zwischen den privaten und den öffentlich-rechtlichen Anbietern (VHV, S. 2).

b) Ausführungen des Intendanten

Der RStV sehe keinen totalen Konkurrentenschutz für die Privaten vor. Es sei stets eine Abwägung mit anderen Belangen vorzunehmen. Im Übrigen agierten die Privaten durchaus erfolgreich am Markt, so seien z.B. seit 2007 fazfinance, teleboerse.de oder www.finanzen100.de ans Netz gegangen (S. 29 K).

c) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Das Angebot leistet auch unter Berücksichtigung der Auswirkungen auf die anderen Marktteilnehmer einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb. Angesichts des nur geringen Marktanteils des boerse.ARD.de-Angebots ist mit nur geringen Auswirkungen auf die Marktposition der Wettbewerber zu rechnen. Eine Verdrängung kann ausgeschlossen werden. Auch der ebenfalls zu berücksichtigende bedrängende Effekt wird sich stark in Grenzen halten, zumal sich die marktlichen Auswirkungen auf mehrere Akteure verteilen. Auch für erhebliche mögliche Auswirkungen auf den publizistischen Wettbewerb, die sich nicht über (insb. werbe-)marktliche Auswirkungen beschreiben lassen (wie z.B. negative Auswirkungen auf nicht-kommerzielle Angebote etc.), ergeben sich keine Anhaltspunkte. Zugleich muss berücksichtigt werden, dass es auf diesem wichtigen Feld der Berichterstattung in quantitativer Hinsicht nur wenige umfassend berichtende und sich an Laien richtende Anbieter gibt. Dem boerse.ARD.de-Angebot kommt somit zum einen eine auch vielfaltsichernde Funktion zu. Die Alternativangebote befinden sich zudem häufig unterhalb des Qualitätsniveaus des boerse.ARD.de-Angebots.

Bezüglich der gewählten Verweildauerzeiten ergeben sich keine Bedenken. Das Verweildauerkonzept des allgemeinen Teils des ARD-Telemedienkonzepts stellt in seiner aktuellen Fassung sinnvolle und angemessene Grundsätze für die Verweildauerzeiten auf und wird im für boerse.ARD.de geltenden Teil entsprechend konkretisiert (S. 115ff.). Auch die über mehrere Jahre vorgehaltenen Informationen erscheinen nicht unverhältnismäßig lang im Hinblick auf eine übermäßig bedrängende Wirkung auf die übrigen Wettbewerber. Gerade im Bereich Börse beziehen sich die nachgefragten Informationen vor allem auf sehr aktuelle Ereignisse. Insofern ist nicht davon auszugehen, dass Marktteilnehmer in nennenswertem Maße aufgrund der Verweildauer des Angebots bedrängt werden (vgl. hierzu auch das Marktgutachten von PwC).

Somit ist davon auszugehen, dass negative marktliche Auswirkungen, die von dem öffentlich-rechtlichen Angebot auf die privaten Wettbewerber ausgehen, jedenfalls insgesamt keine negativen marktlichen Auswirkungen auf den publizistischen Wettbewerb haben. Das Angebot boerse.ARD.de leistet somit auch im Rahmen der erforderlichen Gesamtschau einen qualitativen Beitrag zum Wettbewerb. Insgesamt wird der Konsumentennutzen durch das Angebot erhöht, nicht verringert.

2.4 Überlegungen zur Herstellung der Verhältnismäßigkeit zwischen publizistischem Nutzen und „Kosten“ im weiteren Sinne

Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Es ergeben sich auch keine Anhaltspunkte dafür, dass die wirtschaftlichen oder sonstigen publizistischen Auswirkungen, die von dem öffentlich-rechtlichen Angebot insbesondere auch auf einzelne private Angebote ausgehen, unverhältnismäßig stark ausfielen. Es ist daher nicht davon auszugehen, dass auch einzelne private Wettbewerber von dem Angebot so übermäßig stark betroffen wären, dass dies in einer unverhältnismäßigen Relation zu dem gesellschaftlichen Nutzen, der von dem Angebot ausgeht, stünde.

3. Dritte Stufe: Welcher finanzielle Aufwand ist für das Angebot erforderlich?

3.1 Kostenaufschlüsselung der Gesamtsumme entsprechend

- siehe hierzu unten 3.2 -

3.2 Plausibilität und Nachvollziehbarkeit des finanziellen Aufwands

a) Stellungnahmen Dritter

Gegenüber dem bisherigen finanziellen Aufwand von 0,75 % der hr-Mittel seien nun 1,15 % vorgesehen; es sei somit eine Ausweitung des Angebots gegenüber dem früheren Zustand vorgesehen (BDZV S. 62).

Die Kosten könnten durch bessere Zusammenarbeit innerhalb der ARD gesenkt werden (VerbrZ, S. 5).

Die Kosten seien viel zu pauschal dargestellt (vgl. Nachweise bereits bei A) 3.1 a)).

b) Ausführungen des Intendanten

Die Kosten für das Angebot betragen für das Jahr 2009 insgesamt 1,48 Mio. Euro. 2010 werde mit einem Aufwand von 1,50 Mio. Euro gerechnet. (S. 128).

Diese Angaben wurden auf Bitte der ARD-Gremienvorsitzenden (Schreiben vom 22.9.09) mit dem Schreiben des Vorsitzenden der ARD vom 19.10.09 weiter präzisiert.

Die aktuelle Kostendarstellung beruhe auf einer veränderten Methodik und einem erweiterten Kostenbegriff. Daher seien die Angaben zur Aufwandshöhe nicht vergleichbar (S. 30 K). Kostenersparnis durch Zusammenarbeit innerhalb der ARD sei bereits jetzt „gelebte Praxis“ z.B. durch Ressorttrennung und zentral von einzelnen Anstalten bearbeitete Themen etc. (S. 31 K).

c) Die GVK spricht sich für eine möglichst große Transparenz bei der Aufschlüsselung der Kosten aus, und legt dem HR-Rundfunkrat eine weitere Aufklärung insbesondere im Bereich der Rechtekosten nahe. Auch die im Vergleich zu anderen Telemedienangeboten hohen Kosten für boerse.ARD.de bedürfen nach Ansicht der GVK einer vertieften Erläuterung.

d) Erkenntnisse / Ergebnisse und Fragen aus der Beratung

Hinsichtlich der entstehenden Kosten ergeben sich keine Bedenken.

Insofern die in dem Telemedienkonzept dargestellten Kosten anfänglich als nicht hinreichend konkret erschienen, wurde diesen Bedenken durch die von der Intendanz erhaltene und auch dem Ersteller des Marktgutachtens zugeleitete detaillierte Kostenaufstellung nachvollziehbar begegnet. (vgl. zur Kostenaufstellung das Schreiben des Vorsitzenden der ARD vom 19.10.09)

Die Kosten erscheinen in der dargelegten derzeitigen Höhe und im Hinblick auf den Umfang des Angebots nachvollziehbar. Sie fallen insbesondere nicht unverhältnismäßig hoch aus. Es handelt sich um ein Angebot, dessen finanzieller Aufwand im Vergleich mit anderen Angeboten eher niedrig ausfällt (Bsp. 2010: tagesschau.de ca. 4,5 Mio., sportschau.de 1,75 Mio., boerse.de ca. 1,5 Mio.) und jedenfalls im Lichte des redaktionellen Aufwands und der Komplexität des Sachbereichs Börse angemessen erscheint. Was die absoluten Nutzerzahlen angeht, wäre ein Kosten-per-visit-Vergleich mit thematisch anders bzw. viel breiter ausgerichteten Angeboten wie tagesschau.de oder sportschau.de ohnehin nicht sinnvoll.

Was die Rechtekosten angeht, handelt es sich bei den Inhalten praktisch ausschließlich um eigenproduzierten Content, der als solcher keine zusätzlichen Kosten verursacht. Die Rechte an den Inhalten sind bereits mit den Gehältern der festangestellten bzw. dem Honorar der freien Mitarbeiter abgegolten. Zusätzliche Vergütungen für verwendetes TV-Material fallen beim hr nicht an, da auch die Verträge mit den TV-Mitarbeitern keine zusätzlichen Vergütungen für die Online-Nutzung von TV-Material vorsehen.

Im Übrigen wird zur Kenntnis genommen, dass für die Finanzierung des Telemedienangebots in der laufenden Gebührenperiode keine zusätzlichen Gebührengelder bereitgestellt werden und also kein zusätzlicher Finanzbedarf entsteht. Es wird ferner zur Kenntnis genommen, dass sich darüber hinaus die ARD verpflichtet hat, auch in der kommenden Gebührenperiode keine gesonderten Projektmittel, die über die übliche Bestandsfortschreibung hinausgehen, anzumelden.