

Stellungnahme zum Telemedienkonzept für das Telemedienangebot DasErste.de (September 2021)

Datum 17. Dezember 2021

2021_12_17_VAUNET_Stellungnahme_Drei-Stufen-Test_DasErste_2021_f.docx

A. Allgemeine Vorbemerkung

VAUNET - Verband Privater Medien e. V.¹ nimmt die Gelegenheit wahr, sich zur Angebotsbeschreibung des federführenden Bayerischen Rundfunks (BR) „Telemedienkonzept der ARD Programmdirektion/DasErste.de – Änderung der Verweildauer“ (2021)² vom September 2021 (veröffentlicht am 21. Oktober 2021) zu äußern. Er konzentriert sich dabei auf die für ihn wesentlichen Themen- bzw. Problemfelder. Im Übrigen verweist er auf seine Stellungnahmen zu den Drei-Stufen-Testverfahren des Jahres 2009³ und zu ARD.de (2021) vom 19. November 2021.

Der VAUNET vertritt die Ansicht, dass aufgrund des § 118 MStV die von den Gremien der Landesrundfunkanstalten in der Vergangenheit genehmigten Telemedienkonzepte weiterhin Bestand haben und für die konkrete Ausgestaltung der Angebote maßgeblich sind. Die in den Telemedienkonzepten festgelegten Maßgaben konkretisieren die inhaltliche Ausrichtung (§ 32 Abs. 1 S.1 MStV) und sind für die Rundfunkanstalt bindend.

Des Weiteren verweist der VAUNET darauf, dass es mit dem 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RStV) vor zwei Jahren zu einer deutlichen Ausweitung des Telemedienauftrages im Vergleich zum 12. und 19. RStV gekommen ist. Die Neufassung der Telemedienkonzepte sollte nicht schon vor der anstehenden Novellierung des Auftrags der Rundfunkanstalten Fakten schaffen und erneut zum Anlass genommen werden, Auftragsgrenzen auszudehnen, insbesondere im Bereich europäischer Produktionen.

¹ Der VAUNET hieß bis zum 24. Mai 2018 Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT). In der vorliegenden Stellungnahme wird auf ältere Stellungnahmen verwiesen, die der Verband noch unter seinem alten Verbandsnamen veröffentlichte.

² Im Folgenden kurz „DasErste.de-Telemedienkonzept (2021)“ genannt

³ VPRT-Stellungnahmen zu „DasErste.de-Telemedien (DasErste.de.de, DasErste.de-Text“ (02.09.2009), „DasErste – Angleichung der Verweildauern der fiktionalen Formatkategorien auf DasErste.de an das ARD-Verweildauerkonzept“ (11.02.2016) und „Telemedienkonzepte der gemeinschaftlichen Angebote der ARD“ (29.07.2009)
https://www.vau.net/system/files/documents/o_document_20090902172738_Stellungnahme_Telemedienkonzepte_DasErste.de_FINAL.pdf
https://www.vau.net/system/files/documents/2016_02_11_VPRT_Stellungnahme_DasErstede_Verweildauer_2015_Final.pdf
https://www.vau.net/system/files/documents/o_document_20090804154643_2009_07_29_Stellungnahme_TelemedienkonzepteARDGemeinschaftsangebote_FINAL.pdf
Gutachten von Prof. Dr. Dieter Dörr vom 17. Juni 2009: https://www.vau.net/system/files/documents/o_document_20090806152759_stud_2009_06_26_VPRT_DST_Gutachten_Drr_Zusammenfassung_Final.pdf

Der VAUNET hält das Instrument des Drei-Stufen-Tests grundsätzlich für ein geeignetes Mittel, um Wettbewerbseingriffe vorab zu prüfen bzw. interessengerecht zu gestalten. Es sollten aber die Mitwirkungs- und Entscheidungsinstrumente der privaten Veranstalter gestärkt und die Transparenzvorgaben für die Rundfunkanstalten erweitert werden. Der VAUNET steht in diesem Zusammenhang gerne für eine Erläuterung seiner Bedenken im persönlichen Gespräch mit dem BR-Rundfunkrat zur Verfügung.

B. Vorbemerkung zum Telemedienkonzept

1. Allgemeine Vorbemerkungen

Da die Seitennummerierung im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) fehlerhaft ist, erfolgen die Zitate aus dem Telemedienkonzept anhand des Seitenlaufes des PDF-Dokuments.⁴

Das „Telemedienkonzept der ARD Programmdirektion/DasErste.de – Änderung der Verweildauer“ (2021) fokussiert sich im Vergleich zu den meisten anderen aktuell vorgelegten Telemedienänderungskonzepten der Landesrundfunkanstalten lediglich auf das neue Verweildauerkonzept sowie in geringerem Maße auf das Thema Drittplattformen. Es wird im Telemedienkonzept erwähnt, dass es einen Mustertext für die aktuell von anderen Landesrundfunkanstalten vorgelegten Telemedienänderungskonzepte gibt,⁵ aber aus dem Mustertext werden nur wenige Passagen übernommen. Die Verfasser begründen diese Fokussierung wie folgt: „Das Telemedienkonzept von DasErste.de ist in starker Anlehnung an das Telemedienkonzept der Sitzanstalt Bayerischer Rundfunk ‚Weiterentwicklung der netzspezifischen Angebotsformen‘ datiert vom 5. Dezember 2013 heute, acht Jahre später, noch aktuell und zudem zukunftstauglich. ... Aus diesem Grund kann sich DasErste.de, anders als die anderen Landesrundfunkanstalten und Gemeinschaftseinrichtungen, auf die Veränderung der Verweildauern beschränken.“⁶ Das eben erwähnte „Telemedienkonzept des Bayerischen Rundfunks. - Weiterentwicklung der netzspezifischen Angebotsformen“ (genehmigt am 16.10.2014) diene aber nicht der Ergänzung des Telemedienkonzeptes von DasErste.de vom 17. Juni 2010. Das „Telemedienkonzept des Bayerischen Rundfunks – Weiterentwicklung der netzspezifischen Angebotsformen“ (2014) diene lediglich der Änderung des Telemedienangebots BR-Online (BR.de). Im BR-Telemedienkonzept von 2013/2014 steht: „... der Bayerische Rundfunk [hat] im Mai 2009 erstmals ein Telemedienkonzept zu seinen Angeboten BR-online, Bayerntext und alpha-Text vorgelegt, das im anschließenden

⁴ Das heißt, dass bei der folgenden Zitierweise z. B. das Inhaltsverzeichnis auf Seite 2 (PDF) steht und nicht auf Seite 1 (wie es am Seitenende steht).

⁵ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 3

⁶ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 3

Drei-Stufen-Test-Verfahren vom Rundfunkrat im Juli 2010 genehmigt worden ist. ... Vier- einhalb Jahre später legt der Bayerische Rundfunk ein Telemedienkonzept zur Weiterent- wicklung der netzspezifischen Angebotsformen vor. ... Mit diesem Konzept möchte der Bayerische Rundfunk die im genehmigten BR-Telemedienkonzept bereits angelegten An- gebotsformen für seine Inhalte fortentwickeln und ausbauen, um neue und jüngere Ziel- gruppen anzusprechen, deren Mediennutzungsverhalten stärker von nonlinearer und mobiler Nutzung geprägt ist.⁷ Das gemeinschaftliche Angebot DasErste.de war nicht Ge- genstand des BR-Telemedienkonzepts und des Drei-Stufen-Tests von 2013/2014, weshalb es für DasErste.de nicht anwendbar sein dürfte. Es ist mehr als fraglich, ob für ein ARD-Te- lemedienangebot parallel zwei oder mehr Telemedienkonzepte, die u. a. für andere Tele- medien von Landesrundfunkanstalten erstellt wurden, zur Legitimation herangezogen werden können.

Des Weiteren formuliert das „Telemedienkonzept der ARD Programmdirektion/DasErste.de – Änderung der Verweildauer“ (2021) an keiner Stelle, an das geltende „Telemedienkonzept des Angebots DasErste.de“ (genehmigt 17.06.2010) und das Telemedienkonzept „Anglei- chung der Verweildauern für fiktionale Formatkategorien auf DasErste.de an das ARD-Ver- weildauerkonzept“ (genehmigt 02.02.2017) anknüpfen zu wollen bzw. ob diese weiter grundsätzlich fortgelten sollen. Bei den bislang in 2021 von Rundfunkräten eröffneten Drei- Stufen-Test-Verfahren werden „Telemedienänderungskonzepte“ der Landesrundfunkan- stalten, welche partielle Änderungen an bestehenden Telemedienkonzepten vornehmen wollen, geprüft. Das hier vorgelegte Konzeptpapier ist aber als „Telemedienkonzept“ und nicht „Telemedienänderungskonzept“ betitelt und daher als ein neues „Telemedienkon- zept“, welches ein bereits bestehendes „Telemedienkonzept“ ablösen soll, anzusehen.

Da sich das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) fast ausschließlich auf den Punkt Ver- weildauer konzentriert, wird das vorgelegte Telemedienkonzept nicht der gesetzlichen Vorgabe, die inhaltliche Ausrichtung der geplanten Angebote näher zu beschreiben (§ 32 Abs. 1 S. 1 MStV), gerecht, da insbesondere Angaben zu Zielgruppe, Inhalt und Ausrichtung fehlen. Der VAUNET bittet dahingehend um Aufklärung, wie sich die genannten Telemedi- enkonzepte zueinander verhalten sollen. Ein Verweis auf zurückliegende Konzepte, zumal anderer Anstalten, kann ein eigentlich eigens erforderliches Konzept für DasErste.de nicht ersetzen.

Das Konzept entspricht nicht der erforderlichen Detailtiefe in der Angebotsbeschreibung und Kostenaufschlüsselung. Folglich können die Auswirkungen der geplanten Änderungen auf den publizistischen und ökonomischen Markt nicht umfassend und so detailliert wie

⁷ „Telemedienkonzept des Bayerischen Rundfunks, Weiterentwicklung der netzspezifischen Angebotsformen“ 2013/2014, S. 2

nötig bewertet werden. Der Medienstaatsvertrag gibt in § 32 Abs. 1 und 2 MStV vor, dass die Angebotsbeschreibungen konkret und durch die KEF nachprüfbar sein müssen. Das vorliegende Konzept lässt die gesetzlich geforderte Konkretisierung vermissen und beschränkt sich überwiegend auf allgemein gehaltene Formulierungen.

Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) stellt mit Verweis auf die ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung in Corona-Zeiten dar, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit seinen Angeboten zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beiträgt.⁸ Aus Sicht des VAUNET ist nicht nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Lage, Public Value herzustellen. Die privaten TV- und Radiosender sowie deren Onlinemedien haben in den vergangenen Jahren bewiesen, dass sie mit ihren breitgefächerten Angeboten einen gesellschaftlichen Mehrwert bieten. Sie vollziehen dies teils inhaltlich und gestalterisch in einer anderen Form der Publikumsansprache, aber dafür nicht weniger relevant und bedeutsam für unsere Gesellschaft. Die privaten Medien, als zweite Säule der dualen Medienordnung, können ihren gesellschaftlichen Mehrwert aber nur erbringen, wenn in der dualen Medienordnung fairer Wettbewerb besteht und die Säulen in Balance gehalten werden. Das gesellschaftliche Ziel einer breiten Anbieter- und Angebotsvielfalt kann in Gefahr geraten, wenn die Rundfunkanstalten die digitale Transformation zu einer Expansion im Telemedienbereich nutzen und ihre bereits heute starke Präsenz auf Drittplattformen ausbauen. Eine Ausweitung der entgeltfreien Angebote der Rundfunkanstalten kann im publizistischen Wettbewerb zu einer Verdrängung insbesondere von Sparten- und Zielgruppenangeboten führen.

DasErste.de steht mit privaten Rundfunk- und Telemedien im publizistischen Wettbewerb um Nutzeraufmerksamkeit. Eine Erweiterung des DasErste.de-Telemedienangebots, insbesondere um Leistungen (z. B. zusätzliche Film- und Serienproduktionen, die keine Auftrags- oder Eigenproduktionen sind), die bereits von privaten Medien erbracht werden, oder Aktivitäten, welche die Werbemarktposition von Drittplattformen stärken, können Einfluss auf die Mediennutzung und somit auf die Refinanzierung privater Medien durch Werbung haben.

2. Anmerkung zu „Online-Only“-Inhalten

§ 30 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 MStV eröffnet den Rundfunkanstalten, in Telemedien eigenständige audiovisuelle Inhalte zum Abruf bereitzustellen. Das vorliegende DasErste.de-Telemedienkonzept als auch das bislang bestehende von 2009/2010 treffen bzw. trafen keine Aussagen, ob „Online-Only“-Inhalte in den DasErste.de-Telemedien publiziert werden sollen. Daher muss davon ausgegangen werden, dass eine Veröffentlichung von

⁸ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 15-16

eigenständigen audiovisuellen Inhalten in den DasErste.de-Telemedien (inklusive dem DasErste-Channel in der ARD-Mediathek) nicht vorgesehen ist.

Der VAUNET merkt an, dass er den „Online-Only“-Ansatz im Hinblick auf den Integrationsauftrag der Rundfunkanstalten nach wie vor kritisch sieht. Bisher können Onlinenutzer:innen und Fernsehzuschauer-/Radiohörer:innen alle originär für DasErste.de produzierten Inhalte sowohl online als auch im Fernsehen sehen und auch im Radio hören. Bei einem Telemedienangebot mit „Online-Only“-Inhalten können Zuschauer:innen/Hörer:innen, die lediglich die linearen DasErste.de-Angebote nutzen, dort nicht mehr alle vom DasErste.de produzierten Inhalte nutzen. Die sogenannten Nonliner erhalten somit nicht den gleichmäßigen Zugang wie die Onliner.

Ein umfangreiches „Online-Only“-Engagement in Bereichen, in welchen die privaten Medien bereits umfassende Angebote anbieten, z. B. im Unterhaltungsbereich, kann gravierende Auswirkungen auf die privaten Wettbewerber haben.

Zudem sei angemerkt, dass es im Hinblick auf Audio-Online-Only-Angebote an einer expliziten Ermächtigung im Medienstaatsvertrag für den Telemedienauftrag fehlt. Der im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) zitierte § 30 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 MStV bezieht sich lediglich auf eigenständige audiovisuelle Inhalte, also auf Inhalte mit bewegten Bildern, nicht jedoch auf eigenständige Audioinhalte. Für diese Lesart spricht z. B. auch die Definition „rundfunkähnlicher Telemedien“ in § 2 Abs. 2 Nr. 13 MStV, in der ausdrücklich zwischen „Audio- und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf“ unterschieden wird.

Der VAUNET lehnt den Ausbau der DasErste.de-Telemedien mit „Online-Only“-Inhalten im unbestimmten Maße ab.

C. Wesentliche Änderungen des Telemedienangebots

1. Präsenz auf Drittplattformen

Der § 30 Abs. 4 S. 2. 1 MStV eröffnet den Rundfunkanstalten die Möglichkeit, ihre Telemedien grundsätzlich auch außerhalb der eingerichteten eigenen Portale zum Abruf bereitzustellen. Das DasErste.de-Telemedienkonzept von 2009/2010 traf dazu keine Aussagen. Das vorliegende DasErste.de-Telemedienkonzept geht nur in geringem Umfang auf das Thema Verbreitung von DasErste.de-Inhalten über Drittplattformen ein und trifft nur Aussagen zu Werbung sowie Daten- und Jugendmedienschutz.⁹

⁹ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 13-14

Der § 30 Abs. 4 S. 2. 1 MStV gibt vor, dass die Rundfunkanstalten Telemedien nur dann außerhalb des dafür jeweils eingerichteten eigenen Portals anbieten dürfen, wenn dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist. Nach § 32 Abs. 1 S. 3 MStV ist das Anbieten auf Drittplattformen zu begründen. Dem vorgelegten DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) fehlt es aber an einer präzisen Begründung, warum die Präsenz auf Drittplattformen zur Erreichung von bestimmten Zielgruppen erforderlich ist. Das Telemedienkonzept führt lediglich aus: „Die ARD verfolgt mit der Distribution über Drittplattformen das Ziel, ihre Inhalte überall dort zu platzieren, wo eine relevante Anzahl von Beitragszahlerinnen und Beitragszahlern ihrem Medienkonsum nachgeht und zu Recht auch öffentlich-rechtliche Angebote erwartet.“¹⁰ Dieser eine Satz ist als Begründung unzureichend, zumal nur pauschal von Beitragszahlern die Rede ist und keine journalistisch-redaktionellen Gründe aufgeführt werden. Daher ist fraglich, ob das vorgelegte Telemedienkonzept den gesetzlichen Vorgaben entspricht.

Der VAUNET bewertet die Präsenz von öffentlich-rechtlichen Inhalten auf internationalen Drittplattformen, soweit sie über die Bewerbung für die eigenen Portale hinausgeht (Stichwort: Teaser), nach wie vor kritisch. Dies trifft insbesondere auf originär für diese Plattformen produzierte „Online-Only“-Inhalte zu. Am Grundsatz, mit Teasern auf Drittplattformen vorrangig eigene Angebote zu „bewerben“, um so die Nutzer:innen auf die DasErste.de-eigenen Portale zu leiten, sollte primär festgehalten werden.

Die gestiegene Präsenz von unentgeltlichen Inhalten der Rundfunkanstalten verstärkt die heute bestehende Dominanz der Drittplattformen im Werbemarkt. Zwar müssen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dafür Sorge tragen, dass ihre Inhalte auf Drittplattformen bzw. deren Umfeld werbe- und sponsoringfrei sind (§ 30 Abs. 6 RStV). Eine Garantie hierfür gibt es jedoch nicht. Grundsätzlich sind die globalen Online-Drittplattformen mit Hilfe der Inhalte der Rundfunkanstalten in der Lage, ihre Attraktivität insgesamt zu steigern und neue Nutzer:innen zu generieren. Die Angebote der Rundfunkanstalten tragen dazu bei, die Glaubwürdigkeit und den Production Value dieser Plattformen zu erhöhen. Ohnehin marktdominante Player werden direkt mit Beitragsgeldern subventioniert. Damit wird sowohl in den Beschaffungsmarkt als auch in den Wettbewerb um die Bewegtbild-Vermarktung eingegriffen. Je stärker der Anteil von Drittplattformen am Werbemarkt wächst, umso stärker geht dieser Zuwachs zulasten anderer Teilnehmer am Werbemarkt, wie unter anderem der werbefinanzierten privaten Medien.

Darüber hinaus würde eine Ausdehnung der Präsenz auf Drittplattformen der in der Öffentlichkeit vorgetragenen Strategie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, den internationalen Plattformen in Europa eine eigene, europäische Plattform entgegensetzen zu wollen,

¹⁰ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 23

widersprechen. Egal, ob auf einer solchen Plattform europäischer Content abrufbar sein, nur eine Verlinkung von öffentlich-rechtlichem Content ermöglicht werden oder auch eine Search-Funktion integriert sein soll. Es erscheint diametral, einerseits ein Gegengewicht zur Marktmacht internationaler Plattformen bilden zu wollen, und andererseits diese durch (unentgeltlich zur Verfügung gestellten) eigenen öffentlich-rechtlichen Qualitäts-Content zu stärken.

1. 1. Kriterien der Plattformauswahl

Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) enthält keine Aussagen, nach welchen konkreten Kriterien die Auswahl der zu nutzenden Drittplattformen vorgenommen und wie die Relevanz künftig ermittelt werden soll. Sofern die Auswahl der Rundfunkanstalten wiederholt auf internationale Plattformen fallen sollte, droht eine Schwächung des europäischen und deutschen Digitalstandortes. Die Rundfunkanstalten müssen bei der Auswahl der Drittplattformen diskriminierungsfrei agieren. Es würde aus Sicht des VAUNET eine Ungleichbehandlung darstellen, wenn kommerzielle journalistisch-redaktionelle Anbieter Lizenzentgelte für die Nutzung von DasErste.de-Inhalten entrichten müssen, während internationale Drittplattformen die DasErste.de-Inhalte unentgeltlich von den Rundfunkanstalten zur Verfügung gestellt bekommen und die Rundfunkanstalten von der Geltendmachung von Leistungsschutzrechtsansprüchen absehen.

Das Telemedienkonzept lässt zudem vermissen, wie DasErste.de auf den genannten Drittplattformen die Einhaltung der Qualitätsmaßstäbe der Rundfunkanstalten sicherstellen und kontrollieren wird.

1. 2. Jugend- und Datenschutz

Es ist fraglich, inwiefern sich die Rundfunkanstalt den AGB der globalen Drittplattformen unterwerfen muss, und wie die Einhaltung der Bestimmungen zum Jugendmedien- und Datenschutz sichergestellt und kontrolliert wird. Mit der beschriebenen Vorgehensweise, öffentlich-rechtliche Inhalte der Alterskategorien ab 16 oder ab 18 nicht direkt auf Drittplattformen anbieten zu wollen,¹¹ macht sich die Landesrundfunkanstalt von den Geschäftsstandards der Plattformen abhängig. Zudem ist nicht klar erkennbar, wie die Rundfunkanstalten Einfluss auf die Algorithmen der Drittplattformen nehmen als auch die eigenen Algorithmen-basierten Systeme gestalten wollen, um beispielsweise der Entstehung von Echokammern vorzubeugen.

¹¹ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 12 i. V. m. Nr. 4 der ARD-Richtlinien für die Verbreitung von Telemedienangeboten über Drittplattformen

1. 3. Werbefreiheit

Die Aussagen des Telemedienkonzeptes¹² zur Werbefreiheit von DasErste.de-Angeboten auf Drittplattformen bleiben hinter dem Medienstaatsvertrag zurück (§ 30 Abs. 5 Nr. 1 MStV i.V. m. § 30 Abs. 6 S. 2 MStV). Die Rundfunkanstalt hält es laut Telemedienkonzept nicht für **vermeidbar, dass es zu Werbeeinblendungen im Umfeld ihrer Inhalte kommt** („im kommerziellen Umfeld der Drittplattformen lässt sich jedoch nicht vollständig vermeiden, dass die Nutzerinnen und Nutzer mit ARD-fremder Werbung konfrontiert **werden**.“¹³). Der Medienstaatsvertrag formuliert in § 30 Abs. 5 Nr. 1 MStV i.V. m. § 30 Abs. 6 S. 2 MStV ein klares Werbeverbot, für dessen Einhaltung die Rundfunkanstalten auch auf Drittplattformen Sorge zu tragen haben. Das Konzept beschreibt nicht, wie DasErste.de darauf hinwirkt, dass **Werbeeinblendungen ausgeschlossen werden**. Die Passage, man strebt ein „möglichst werbe- und sponsorenfreies Umfeld“ an,¹⁴ reicht nicht aus, um den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden.

Genauso verhält es sich mit der Formulierung, dass auf Drittplattformen vermieden werden soll, „**dass die Nutzer:innen mit ARD-fremder Werbung konfrontiert werden**.“¹⁵ Nach § 30 Abs. 5 Nr. 1 MStV sollte aber dem Grundsatz nach weder *ARD-fremde* Werbung noch *ARD-eigene* Werbung auf Drittplattformen geschaltet werden.

2. Podcasts

Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) führt aus: Die ARD begegnet dem sich ändernden **Audiomarkt** „mit der Bündelung ihrer Audio-Inhalte in den eigenen Telemedien in der ARD Audiothek bzw. embedded auf DasErste.de, wo neben klassischen Podcasts sämtliche verfügbaren Audio-On-Demand-Inhalte redaktionell kuratiert und personalisierbar angeboten werden.“¹⁶ Derzeit werden auf DasErste.de keine Audio-Inhalte (Podcasts) eingebunden. Warum neben der ARD-Audiothek künftig auch noch auf das DasErste.de Audioinhalte angeboten werden sollen, wird nicht begründet. Für den VAUNET ist keine Notwendigkeit erkennbar, warum auf das DasErste.de als sendungsbegleitendes Telemedium zu DasErste zusätzlich „**alle verfügbaren**“ Audio-Inhalte der 68 Hörfunksender der Landesrundfunkanstalten eingebunden werden müssen. Diese geplante Doppelstruktur stellt keinen wirtschaftlich sorgsamem Umgang mit Beitragsgeldern dar und ist daher abzulehnen.

¹² DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 14

¹³ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 14

¹⁴ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 14

¹⁵ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 14

¹⁶ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 22

3. Verweildauer

Die im Telemedienkonzept geplanten neuen Verweildauern gehen zum Großteil weit über die bisherigen Verweildauern hinaus.

Die Begründung, DasErste.de würde bei fehlender Ausdehnung der Verweildauer seine Glaubwürdigkeit verlieren,¹⁷ wird nicht hinreichend belegt. Vielmehr wird im Rückblick auf die zurückliegenden Jahre bilanziert, dass sich die „Videonutzung auf den DasErste-eigenen Plattformen (DasErste.de, presse.daserste.de, DasErste-Channel in der ARD Mediathek, u.a.) seit 2014 nahezu versechsfacht“¹⁸ hat. Die Videoabrufe lagen im Juni 2021 bei einer Nettoreichweite von 1,5 Millionen Video-Starts pro Tag.¹⁹ Laut der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie haben die Mediatheken von ARD und ZDF 2020 erneut einen „deutlichen Zuwachs“ in der Nutzung erfahren und nehmen Spitzenpositionen im Markt ein.²⁰ Von einer sinkenden Akzeptanz der DasErste.de-Telemedien auf Basis der geltenden Verweildauerfristen kann daher nicht die Rede sein.

Zudem werden neue Kategorien (z. B. Debütfilme) geschaffen, die im geltenden Konzept nicht bestehen. Dem Telemedienkonzept ist nicht zu entnehmen, aus welchen Gründen nicht an den bisherigen Kategorien festgehalten wird. Eine grundsätzliche Übernahme des neuen Verweildauerkonzepts scheint hier verfehlt. Es sollte an den bisherigen Kategorien festgehalten werden.

In die neue Kategorie „Debütfilme“ fallen die „ersten drei Produktionen von Regisseurinnen und Regisseuren, Autorinnen und Autoren und/oder Hauptdarstellerinnen und Hauptdarstellern“.²¹ Eine Begründung, warum filmische Erstlingswerke länger abrufbar bleiben sollen als andere filmische Inhalte, ist aus dem Telemedienkonzept nicht erkennbar. Da diese Inhalteskategorie mit keinen quantitativen Vorgaben verbunden ist, wäre es möglich, eine Vielzahl an fiktionalen und non-fiktionalen Produktionen anzubieten. In der Kategorie „Erstlingswerke“ könnten kommerziell erfolgreiche Erstproduktionen ohne Bezug zum DasErste.de-Profil angeboten werden. Darüber hinaus könnten die über diese neue Kategorie online publizierten Filmwerke mittels Vernetzung und Verlinkung Eingang in die ohnehin mit zahlreichen Filmwerken bestückten Mediatheken von ARD und ZDF finden und das dortige Filmangebot erweitern. ARD und ZDF verfügen zusammen über einen Inhalte-Katalog von mehr als 250.000 Filmen, Dokumentationen, Satire- und Serienstoffen, den die

¹⁷ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 7

¹⁸ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 19

¹⁹ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 19

²⁰ Pressemitteilung ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, Media Perspektiven 9/2020, S. 489

²¹ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 11-12

Rundfunkanstalten in einem gemeinsamen Streaming-Netzwerk anbieten wollen,²² davon 170.000 von der ARD.²³ Das im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) mehrfach erwähnte Angebot Netflix verfügt nach ARD-Angaben derzeit in Deutschland über 4.500 abrufbare Inhalte.²⁴

Allein durch die Verlängerung der Verweildauern wird das Angebotsvolumen in den DasErste.de-Telemedien anwachsen. Dies ist insbesondere durch die deutliche Ausweitung im Bereich non-fiktionaler und fiktionaler Inhalte zu befürchten. Zum Beispiel kann auch bei den Kindermedien die Jahresproduktion von fünf Kalenderjahren gleichzeitig abrufbar sein. Bei fiktionalen Filmwerken findet sogar eine Vervielfachung von 3 Monaten auf 12 Monate Verweildauer statt. DasErste.de erwartet, dass die Verweildauerausdehnung für Serien, Soaps, Dokus und Filme zu künftigen Kostensteigerungen führt.²⁵

Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) versucht erneut, mit einer sogenannten „long tail“-Darstellung²⁶ die Notwendigkeit einer Verweildauerverlängerung zu belegen. Aus den aufgeführten Beispielen wird ersichtlich, dass im Vergleich zu 2015 und dem damaligen Drei-Stufen-Test nach wie vor die Hauptnutzung von Filmwerken unmittelbar nach Erstpublizierung auf DasErste.de erfolgt. Die Beispiele zur „Tatort“-Reihe (deren Filme bis zu sechs Monate im Internet verbleiben dürfen) zeigen, dass die Nutzung ab dem zweiten Monat nach der Publizierung nur rund 10 Prozent der Gesamtnutzung darstellt. Gleichzeitig fallen aber für die fünf Monate, in denen nur eine geringe Nutzung stattfindet, weiterhin Lizenz- und Bereitstellungskosten an. Aus Sicht des VAUNET klaffen hier Aufwand und Nutzen auseinander und ist der Einsatz von Beitragsmitteln unverhältnismäßig zum eventuellen Nutzen (siehe unter D 2.: Verdopplung der Verbreitungskosten zwischen 2020 und 2022). Den „Spätnutzern“ werden die Inhalte in der Regel nicht vollends entzogen. Sie stehen unter anderem in Form von Wiederholungen in den Dritten Programmen der Landesrundfunkanstalten dem Publikum weiterhin zur Verfügung. Zudem sind Filme und Serien sowie hochwertige Dokumentationen aus der Eigen- oder Auftragsproduktion (wie z. B. die „Tatort“-Reihe) als Lizenzierungen auf privaten Portalen weiterhin auffindbar. Durch längere, unentgeltliche Verweildauern drohen diese Verwertungserlöse verloren zu gehen.

DasErste.de begründet die Notwendigkeit, die Verweildauer auszudehnen mit Effekten, die eine höhere Nachfrage auslösen können. „Saisonale Effekte können ... eine nicht unmaßgebliche Rolle spielen. Häufig sind es jedoch aktuelle Entwicklungen, gesellschaftliche Debatten, die sich anhand eines singulären externen Ereignisses ... entfachen [oder] auch die

²² ARD/ZDF-Pressemitteilung, 21.06.2021

²³ ARD-Unternehmenspodcast, 20.05.2021

²⁴ ARD-Unternehmenspodcast, 20.05.2021

²⁵ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 35

²⁶ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 28-32

Verlinkung bei Drittanbietern, die ein bestimmtes Thema auf ihre Agenda setzen ... All diese Ereignisse können zu einer erhöhten Nachfrage führen. Gemeinsam ist diesen lange nach der Erstpublikation gemessenen Nachfrageschüben, dass diese redaktionell kaum vorhersehbar sind.²⁷ Das Telemedienkonzept stellt aber an anderer Stelle fest, dass längere Verweildauern vor allem zu einer höheren Nutzung von Serien, Soaps, Dokus und Filmen führen werden. „Beim Rest des Angebots dürften die Veränderung der Verweildauer eher geringe Auswirkungen haben.“²⁸ Aus Sicht des VAUNET kann für die Berichterstattung über „singuläre externe Ereignisse“ oder „aktuelle Entwicklungen“ auf das Archiv der Rundfunkanstalten und deren Bildungsinhalte zurückzugriffen werden. Mit „saisonalen Effekten“ lässt sich nicht rechtfertigen, für hunderttausende Minuten Serien, Soaps, Filme und weitere Formate, die primär der Unterhaltung dienen, die Verweildauer verdoppeln oder gar vervierfachen zu wollen.

Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) führt des Weiteren aus: „Die Menschen werden sich an längere Bereitstellung gewöhnen, was zu einer höheren Nutzung führt.“²⁹ Anscheinend sind sich die Rundfunkanstalten durchaus bewusst, dass sich die Bürger:innen in der Mehrzahl an die bestehenden Verweildauern und das vorhandene öffentlich-rechtliche Angebot „gewöhnt“ haben. Dafür sprechen die gestiegenen Nutzungszahlen der Angebote von ARD und ZDF und die im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) aufgeführten Statistiken, wonach eine hohe Nutzung unmittelbar nach der Publikation erfolgt.³⁰ Die Tatsache, dass aus Sicht der Rundfunkanstalten erst eine Umgewöhnung der Nutzer:innen erforderlich wäre, widerspricht den Bedürfnissen der Nutzer:innen und spricht insgesamt gegen eine Verlängerung der Verweildauern.

Das durch eine Verweildauerverlängerung anwachsende Angebot beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk könnte es sowohl den werbefinanzierten Anbietern als auch den Inhabern von Pay-TV-Rechten erschweren, ihre fiktionalen Angebote, vor allem im Einzelabruf, zu vermarkten.

Für die werbefinanzierten Angebote ist insbesondere ein hoher Nutzerzugriff für eine erfolgreiche Refinanzierung erforderlich. Nur durch eine Vielzahl von Werbekontakten lassen sich auf dem Werbemarkt die erforderlichen Erlöse erzielen. Das Marktgutachten zum Bestandstest von DasErste.de aus dem Jahr 2009 hatte im Ergebnis bei einer Konsumenten- und Expertenbefragung bereits festgestellt, dass „die Nutzung von DasErste.de privaten Wettbewerbsangeboten im Internet Nachfrage entzieht.“³¹ Die Zunahme des Angebots bei

²⁷ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 29-30

²⁸ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 35

²⁹ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 35

³⁰ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 31-32

³¹ „Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen des Telemedienangebotes DasErste.de im Rahmen des Drei-Stufen-Testes“ von PriceWaterhouseCoopers von November 2009, S. 57

DasErste.de bzw. in der ARD-Mediathek durch die Verweildauerverlängerung könnte folglich den privaten Mitbewerbern verstärkt Nutzer entziehen und somit deren Refinanzierung über den Werbemarkt erschweren.

Das Marktgutachten von 2009 zu DasErste.de ging grundsätzlich davon aus, dass „die Nutzung der „Das Erste Mediathek“ [entgeltlichen] Wettbewerbsangeboten privater Anbieter die Nachfrage entzieht³² und auf „den weiteren Auf- und Ausbau des [Bezahldienst-]Geschäftsmodells“ „relevante marktliche Auswirkungen“ verursachen könnte.³³ Solange Filme und Serien frei durch Jedermann abrufbar sind, besteht kein Bedürfnis, diese gegen Entgelt beim Inhaber der Pay-Verwertungsrechte abzurufen. Je länger Videoinhalte beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk frei verfügbar sind, umso mehr könnte die Zahlungsbereitschaft der Kunden für den entgeltlichen Videoabruf sinken. Die möglichen Marktauswirkungen werden als äußerst relevant eingeschätzt, da DasErste.de sowie der DasErste-Channel in der ARD-Mediathek und das hiermit eng verbundene Fernsehprogramm DasErste schon heute im Bereich fiktionaler und non-fiktionaler Filme, Serien und Reihen eine Führungsrolle innerhalb der ARD-Programmfamilie einnehmen. DasErste hat einen sehr hohen Anteil an Fiction und Unterhaltung (45,6 %³⁴). Die „Premium“-Fiktionsmarken der ARD wie „Tatort“, „Polizeiruf 110“, „Rote Rosen“, „In aller Freundschaft“ oder „Debüt im Ersten“ haben ihren Erstausstrahlungsplatz in DasErste.

Mit einer Ausdehnung der Verweildauern und deren Ausschöpfung würde sich die Marktpräsenz mit den vielfältigen und hochwertigen fiktionalen Inhalten von DasErste.de nochmals deutlich verstärken und somit zu einem vermehrten Nachfrageentzug bei den privaten Mitbewerbern führen, die ebenfalls auf veränderte Mediennutzungsgewohnheiten reagieren müssen.

Das Konzept lässt offen, inwieweit die derzeit im Kreis der Länder geplante Novellierung des Auftrages der Rundfunkanstalten bereits Eingang in diese Prognose gefunden hat. Die vorgelegten Vorschläge zur Änderung des Medienstaatsvertrages sehen eine Flexibilisierung des Auftrages vor, die es den Rundfunkanstalten bei Verabschiedung durch die Länder ermöglichen würde, deutlich mehr audiovisuelle Inhalte (Filmwerke und Serien) als bislang in ihren Telemedien anzubieten. Daher könnte die Nutzungsprognose mittelfristig zu niedrig angesetzt sein. Ein Ausbau des DasErste.de-Angebots (auch in der ARD-Mediathek) führt zu einer Verschärfung des Wettbewerbs mit den privaten Medienanbietern.

³² „Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen des Telemedienangebotes DasErste.de im Rahmen des Drei-Stufen-Testes“ von PriceWaterhouseCoopers von November 2009, S. 59

³³ „Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen des Telemedienangebotes DasErste.de im Rahmen des Drei-Stufen-Testes“ von PriceWaterhouseCoopers von November 2009, S. 59

³⁴ Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 – Teil 1, Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben, Von Torsten Maurer, Matthias Wagner und Hans-Jürgen Weiß, Media Perspektiven 4/2021, S. 244

Angesichts der bereits allgemein hohen Nutzung des Internets (94 % ab 14 Jahre)³⁵ lassen sich die prognostizierten Nutzungszuwächse voraussichtlich nur zu Lasten privater Onlineangebote erzielen. Der VAUNET lehnt daher eine Ausweitung der Verweildauerfristen ab.

D. Marktliche Auswirkungen und finanzieller Aufwand

1. Marktliche Auswirkungen

Der VAUNET widerspricht der Ansicht, dass „keine relevanten Auswirkungen auf die relevanten Märkte (Werbemarkt, Produzentenmarkt und Verwertung) festgestellt“ wurden.³⁶ Dem Telemedienkonzept liegt nach Ansicht des VAUNET eine unzureichende Bewertung des publizistischen Wettbewerbes und der marktlichen Auswirkungen auf die privaten Mitbewerber zugrunde. DasErste.de wendet eine zu allgemeine Markt Betrachtung an. Das Telemedienkonzept verweist u. a. vor allem auf die Milliarden-Euro-Umsätze großer privater Unternehmensgruppen.³⁷

Die genannten wirtschaftlichen Unternehmensdaten enthalten aber nicht nur die Umsätze der deutschen Telemedienangebote, sondern auch die Umsätze aller anderen Geschäftsfelder (Fernsehen, Radio, E-Commerce, Filmproduktion etc.) sowie ihre im Ausland getätigten Umsätze. Dadurch entsteht eine verzerrte Darstellung des Marktes. Die gewählte Betrachtungslogik geht fehl, da zum Vergleich neben denen der privaten Mediengruppen auch die jährlichen Gesamterträge der Rundfunkanstalten von im Schnitt rund 8,9 Milliarden Euro³⁸ herangezogen und den DasErste.de-Telemedien zugerechnet werden müssten.

Im Gegensatz zur Betrachtungsweise im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) hätte sich der Fokus für einen sachgerechten Vergleich vor allem auf die publizistischen und wirtschaftlichen Eckdaten privater Anbieter rundfunkähnlicher Telemedien, inklusive der Sparten- und Zielgruppenanbieter, richten müssen. Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) führt aus dem Bereich der rundfunkähnlichen Telemedien kurz international und national agierende Unternehmen, u. a. kommerzielle Anbieter wie Netflix, Amazon Prime, Apple, Spotify, Disney, Joyn, TV NOW (jetzt RTL+), Deezer, Sky, Vodafone und Magenta TV³⁹ als publizistische Wettbewerber von DasErste.de an. (Der ebenfalls aufgeführte Anbieter UnityMedia besteht seit dem 1. Februar 2020 nicht mehr.) Andere relevante Marktteilnehmer werden in der Betrachtung nicht einbezogen. Zum einen bleibt der öffentlich-rechtliche Mitbewerber ZDF (ZDF-Mediathek) als ein bedeutendes Video-On-Demand-Portal im

³⁵ ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, Media Perspektiven 9/2020, S. 482

³⁶ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 25

³⁷ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 19-20

³⁸ 22. KEF-Bericht, S. 49, 50, 51

³⁹ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 26

deutschen Markt unberücksichtigt. Aber auch private Spartenangebote, wie z. B. MTV, Netzkino, Sport1, Tele 5 oder ServusTV hätten in die Betrachtung des publizistischen Wettbewerbs mit einbezogen werden müssen. Eine Erweiterung von DasErste.de-Teilsegmenten, z. B. im Bereich Musik, Sport, Unterhaltung oder Film, kann zur Verschärfung des Wettbewerbs mit privaten Medienanbietern, insbesondere zu Lasten von Sparten- und Zielgruppenanbietern, führen.

Auch trifft das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) nur unzureichende Aussagen, in welchem Ausmaß die Vernetzung von DasErste.de mit der ARD-Mediathek und der ARD-Audiothek (plus Vernetzung mit arte, ZDF und Deutschlandradio) zu einer Stärkung der publizistischen Wettbewerbsfähigkeit der bundesweit ausgerichteten öffentlich-rechtlichen Angebote führen wird. Diese stehen wiederum im Wettbewerb mit vergleichbaren Angeboten privater Anbieter.

Der Blick auf die aktuelle Nutzungshäufigkeit von Streamingdiensten und Mediatheken zeigt, dass die Angebote der Rundfunkanstalten bereits auf Basis der bisherigen Telemedienkonzepte eine bessere Marktposition als die Onlineangebote der großen privaten Sendergruppen einnehmen.⁴⁰ Die 2020 am häufigsten genutzten VoD-Angebote in Deutschland waren die Mediatheken von ARD (inklusive DasErste-Channel) und ZDF sowie die Streamingdienste von Netflix und Amazon. Die Mediatheken von ARD und ZDF wurden 2020 von 47 % bzw. 45 % der Bevölkerung genutzt. Dahinter folgen die Streamingportale Netflix und Amazon Prime Video mit 36 % bzw. 30 %.⁴¹ Wie bereits oben ausgeführt, hat sich die „Videonutzung auf den DasErste-eigenen Plattformen (DasErste.de, presse.daserste.de, DasErste-Channel in der ARD-Mediathek, u. a.) seit 2014 nahezu versechsfacht“.⁴² Die Videoabrufe lagen im Juni 2021 bei einer Nettoreichweite von 1,5 Millionen Video-Starts pro Tag.

Angesichts dieser Zahlen ist es nicht nachvollziehbar, wie DasErste.de zu folgendem Schluss gelangt: „Eine Störung oder Verzerrung der jeweiligen Märkte durch das Digitalangebot des Ersten ist schon allein deshalb auszuschließen, da Das Erste Deutsche Fernsehen im Videobereich aufgrund der Vorgaben des Medienstaatsvertrags nicht die für den Markterfolg bei breiten Publikumsschichten besonders bedeutsamen Inhalte außereuropäischer fiktionaler Unterhaltung anbieten darf sowie im Audibereich keine Bündelungsfunktion für reichweitenstarke Fremdinhalte übernimmt und kein genuines Musikstreaming anbietet“.⁴³ Die Nutzungsdaten⁴⁴ belegen, dass die öffentlich-rechtlichen

⁴⁰ ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, Media Perspektiven 9/2020, S. 489

⁴¹ Media Perspektiven 9/2020, S. 489

⁴² DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 19

⁴³ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 27

⁴⁴ Media Perspektiven 9/2020, S. 489

Telemedienangebote, inklusive der DasErste.de-Telemedien, auch ohne außereuropäische fiktionale Unterhaltung sehr erfolgreich sind.

Aus Sicht des VAUNET stellt der Erfolg privater Medien ein unzulässiges Argument zur Begründung für den weiteren Ausbau der Telemedien der Rundfunkanstalten dar. Was der Markt bereits an hochwertigen Inhalten bereitstellt, muss nicht noch einmal von den Rundfunkanstalten angeboten werden. Der Ausbau entgeltfreier öffentlich-rechtlicher Telemedien kann es privaten Telemedien erschweren, neue Nutzer bzw. Kunden zu gewinnen bzw. die Zahl von Abonnenten konstant zu halten.

Die Umgestaltung und Verlängerung der Verweildauerfristen sowie ein weiterer Ausbau des gesamten Onlineangebots, insbesondere durch „Online-Only“-Inhalte und eine verstärkte Präsenz auf Drittplattformen, könnte den Abstand zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Onlineangeboten ausweiten sowie die Position vergleichbarer privater Medien auf dem Werbemarkt schwächen.

Aus Sicht des VAUNET nimmt das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) eine unzureichende Bewertung des publizistischen Wettbewerbes und der marktlichen Auswirkungen auf die privaten Mitbewerber vor.

Der VAUNET wiederholt, dass der Verweis auf die Werbefreiheit der ARD/ZDF-Telemedien⁴⁵ als auch das Fehlen einer weiteren Bezahlschranke keine veritablen Kriterien bei der Bewertung des publizistischen Wettbewerbes sind. Beide Kriterien sind gesetzlich vorgeschriebene Rahmenbedingungen und können nicht als Ausdruck eigenständiger redaktioneller Überlegungen dargestellt werden, womit sich die DasErste.de-Telemedien inhaltlich von privaten Angeboten abheben würden.

Auch die Aussage, „Aufgrund des Werbeverbots in Telemedien konkurrieren ARD und ZDF überhaupt nicht auf dem Werbemarkt, haben hier also keine Bedeutung für den Wettbewerb.“⁴⁶ findet nicht die Zustimmung des VAUNET. Eine möglichst hohe publizistische Reichweite ist Basis für eine funktionierende Refinanzierung von werbefinanzierten privaten Werbeangeboten. Wenn der Ausbau der DasErste.de-Telemedien zu einer höheren Nutzung der DasErste.de-Telemedien führt, kann dieser publizistische Zuwachs nur zu Lasten der Reichweite privater Wettbewerber, der Angebots- und Anbietervielfalt und deren werbebasierter Refinanzierung ausfallen.

⁴⁵ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 23, 27, 28

⁴⁶ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 25

2. Finanzieller Aufwand

Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) beziffert als künftigen Telemedienaufwand lediglich die Verbreitungskosten, die sich aus der Verlängerung der Verweildauern ergeben. Diese werden mit 20 Prozent Mehrkosten pro Jahr bzw. 2,12 Millionen Euro für 2022 beziffert.⁴⁷ Im Jahr 2020 lagen die Telemedienverbreitungskosten von DasErste.de bei 6,018 Millionen Euro, 2022 sollen sie 12,747 Millionen Euro betragen.⁴⁸ Innerhalb von zwei Jahren sollen sie sich nahezu verdoppeln. Diese Kosten könnten sogar noch zu niedrig angesetzt sein. Die ARD hat sich in ihrer jüngsten Selbstverpflichtung für die Jahre 2021/2022 (vom 24. November 2021) zum Ziel gesetzt, das Gesamt-Sehvolume der ARD-Mediathek (inklusive DasErste-Channel) um 50 Prozent zu steigern⁴⁹ und auch die Zahl der registrierten Nutzer:innen in der ARD-Mediathek (inklusive DasErste-Channel) um 50 Prozent steigern⁵⁰ zu wollen. Diese Nutzungsziele liegen weit über der vom DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) formulierten Steigerung von 20 Prozent.

Zu den weiteren Kosten der DasErste.de-Telemedien (Sachaufwand, Personalaufwand, Bereitstellungskosten, Barrierefreiheit),⁵¹ insbesondere zur Präsenz von DasErste.de-Telemedien auf Drittplattformen sowie dem Embedding von Audio-Inhalten auf DasErste.de, gibt das vorliegende neue DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) keine Auskunft. Das Konzept trifft keine konkrete Aussage, in welchem Umfang Vergütungs- und Lizenzkosten für die geplanten Änderungen anfallen und aus welchen konkreten Etats diese bestritten werden. **Die Aussage: „Eine eventuelle Steigerung der Rechtekosten dürfte mit dem Ansatz [Zuschlag von 20 % auf die Verbreitungskosten] ebenfalls abgegriffen sein.“⁵² ist unzureichend und vermengt unsachgerecht Rechte- und Verbreitungskosten. So sind zum Beispiel non-lineare Nutzungsrechte, die in anderen Rechtepaketen (z. B. TV-Rechte) miterworben werden, den DasErste.de-Telemedienkosten zuzurechnen und entsprechend einzubeziehen und auszuweisen. Bei längeren Verweildauern müssen die Streaming-Rechte auch für einen längeren Zeitraum erworben und vergütet werden. Also sind hier grundsätzlich zusätzliche Kosten zu erwarten. Je länger die Rundfunkanstalten Online-Rechte an sich binden, umso länger sind sie einer kommerziellen Nachverwertung und deren haushaltsstabilisierendem Effekt entzogen.**

Es bleibt im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) des Weiteren offen, ob DasErste.de in seinem heutigen Umfang bestehen bleiben soll und sich auf die Sendungsbegleitung von

⁴⁷ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 35

⁴⁸ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 35

⁴⁹ ARD-Selbstverpflichtung 2021 | 2022 gemäß § 31 (I 1) MStV, S. 9

⁵⁰ ARD-Selbstverpflichtung 2021 | 2022 gemäß § 31 (I 1) MStV, S. 18

⁵¹ vgl. Systematik des 22. KEF-Bericht, S. 68 ff.

⁵² DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 35

DasErste fokussiert oder eventuell ein deutlicher Ausbau von DasErste.de bevorsteht, z. B. mit „Online-Only“-Inhalten.

Der Medienstaatsvertrag (§ 30 Abs. 4 Satz 3f. MStV) eröffnet den DasErste.de-Telemedien die Möglichkeit zur Vernetzung mit den Telemedien anderer Rundfunkanstalten. Das Telemedienkonzept lässt offen, in welchem Umfang eine Einbindung von Inhalten anderer Rundfunkanstalten in den DasErste.de-Telemedien erfolgen soll und welche Kosten damit entstehen.

Aufgrund dieser fehlenden Aussagen ist eine konkrete Bewertung der künftigen Ausgaben und ihrer Auswirkungen auf den Markt und Wettbewerber nicht leistbar. Das DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) wird den gesetzlichen Anforderungen mangels Bestimmtheit nicht gerecht.

Abgesehen davon, dass der VAUNET sich grundsätzlich gegen eine Ausweitung des Telemedienangebots des DasErste.de ausspricht, vertritt er die Position, dass ein Ausbau nicht auch noch aus zusätzlichen Beitragsmitteln erfolgen darf, sondern allenfalls mit Einsparungen einhergehen sollte. Diese sollten nicht in den Bereichen des Kernauftrages Kultur, Bildung und Information vollzogen werden.

Zu den Kosten heißt es im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) **abschließend**: „Bei der KEF wurde für den Beitragszeitraum 2021 bis 2024 kein gesondertes Projekt für die vorgenannten Änderungen des Telemedienangebots angemeldet. Daraus folgt, dass entsprechende Programmaufwände in der nun laufenden Beitragsperiode 2021 – 2024 aus dem bestehenden Etat finanziert werden müssen.“⁵³ Nicht ersichtlich ist, welcher Etat hier konkret gemeint ist und ob es sich um den DasErste.de-Telemedienetat oder den DasErste-Gesamtetat handelt.

Zudem gilt es anzumerken, dass das Telemedienkonzept keine Evaluierungsklausel enthält. Bei einer wesentlichen Abweichung von den kalkulierten Kosten sollte zwingend eine Neubefassung durch die Gremien der Rundfunkanstalten erfolgen. Der MDR hat z. B. in seinem Telemedienkonzept von 2016 festgehalten, für den Fall, dass der im Telemedienkonzept ausgewiesene Aufwand um zehn Prozent überschritten wird, die Intendanz dem MDR-Rundfunkrat eine Erläuterung vorzulegen hat, auf deren Basis der Rundfunkrat prüft, ob ein neuer Drei-Stufen-Test durchzuführen ist.⁵⁴ Eine solche Evaluierungsklausel sollte auch im DasErste.de-Telemedienkonzept (2021) eingeführt werden.

⁵³ DasErste.de-Telemedienkonzept 2021, S. 35

⁵⁴ Telemedienkonzept MDR-Telemedien, 28.10.2016, S. 105, 106