

## **Stellungnahme des VAUNET zum Telemedienänderungskonzept des planet-schule.de (September 2021)**

Datum 19. November 2021

2021\_11\_08\_VAUNET\_Stellungnahme\_Drei-Stufen\_Test\_SWR\_WDR\_planet\_schule\_2021\_f.docx

### **A. Allgemeine Vorbemerkung**

Der Verband Privater Medien e. V. (VAUNET)<sup>1</sup> nimmt die Gelegenheit wahr, sich innerhalb der Frist zur Angebotsbeschreibung des Südwestrundfunks (SWR) „Telemedienänderungskonzept planet-schule.de“ (2021) vom September 2021 (veröffentlicht am 24. September 2021) zu äußern und konzentriert sich dabei auf die für ihn wesentlichen Themen- bzw. Problemfelder. Im Übrigen verweist er auf seine Stellungnahme zu den Drei-Stufen-Test-Verfahren des Jahres 2009<sup>2</sup>.

Der VAUNET vertritt die Ansicht, dass auf Grund 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 vor zwei Jahren zu einer deutlichen Ausweitung des Telemedienauftrages im Vergleich zum 12. und 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrag 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.

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 SWR-Rundfunkrat zur Verfügung.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> VPRT-Stellungnahme (09.07.2009) zu den SWR-Telemedienangeboten „SWR.de“, „einsplus.de“, „swr3.de“, „swr2-Webchannel“, „SWR-Archivradio“, „dasding.de“, „planet-schule.de“, „kindernetz.de“ („Telemedienkonzepte des SWR“) [https://www.vau.net/system/files/documents/o\\_document\\_20090729221124\\_090729\\_Stellungnahme\\_Telemedienkonzept\\_SWR\\_FINAL.pdf](https://www.vau.net/system/files/documents/o_document_20090729221124_090729_Stellungnahme_Telemedienkonzept_SWR_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](https://www.vau.net/system/files/documents/o_document_20090806152759_stud_2009_06_26_VPRT_DST_Gutachten_Drr_Zusammenfassung_Final.pdf)

## B. Vorbemerkung zum Telemedienänderungskonzept

Die Intendant:innen der Landesrundfunkanstalten haben ihren Gremien beginnend mit dem 10. September 2021 (Hessischer Rundfunk) verschiedene Telemedienänderungskonzepte vorgelegt. Diese weichen in der konkreten Ausgestaltung in Länge und Detailgrad in Teilen voneinander ab. Die Konzepte sind aber zugleich in vielen zentralen Passagen wortidentisch verfasst und formulieren inhaltlich allesamt drei Hauptziele:

- a) die Bereitstellung eigenständiger Audio- und Video-Inhalte („Online-Only“)
- b) den Ausbau der Präsenz auf Online- und Drittplattformen
- c) die Ausweitung der Verweildauern

Diese drei Hauptthemen werden u. a. durch inhaltlich identische Aussagen zu Personalisierung, Datenschutz, Werbung, Jugendmedienschutz, freie Lizenzen und Vernetzung ergänzt. Dies gilt auch für die Ausführungen zum publizistischen Wettbewerb und zu den marktlichen Auswirkungen.

Auch das Telemedienänderungskonzept von planet-schule.de basiert offenbar auf einem Basis-Entwurf der ARD. Daher enthält das planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept einige sehr allgemeine Ausführungen, deren Relevanz für planet-schule.de für den VAUNET nicht ersichtlich ist. Dazu zählen u. a. Punkte wie neue Kategorien im Verweildauerkonzept (z. B. Sport, Serien), freie Lizenzen oder Vernetzung.

Der VAUNET wird zu den oben genannten Punkten kompakt formulieren und bei Bedarf zusätzlich auf Details des Telemedienänderungskonzepts eingehen.

Der VAUNET hält das vorliegende Telemedienänderungskonzept für nachbesserungsbedürftig.

Das Konzept entspricht nicht der erforderlichen Detailtiefe in der Angebotsbeschreibung. Folglich können die Auswirkungen der geplanten Änderungen auf den publizistischen und ökonomischen Markt nicht umfassend und so detailliert wie nötig bewertet werden. Außerdem wäre künftig jegliches neue Angebot, insbesondere auf globalen Drittplattformen und im Archivbereich, ohne die Notwendigkeit eines eigenen Drei-Stufen-Tests unter das neue Telemedienkonzept subsumierbar, was zu einem sukzessiven Ausbau des Telemedienangebots der Rundfunkanstalten führen würde.

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. Es wird nicht ersichtlich, wie die genannten Zahlen zu möglichen Synergie-Effekten stehen, die es zwischen TV/Radio und den SWR-Telemedien geben kann und auf welche Aufwände sie sich genau beziehen (konkreter redaktioneller, technischer und lizenzwerblicher Aufwand). Unklar bleibt, wie Mehrkosten für die Verweildauererlängerungen zustande kommen und worauf sich die Kosten für Drittplattformen erstrecken.

Das Telemedienänderungskonzept schildert Eingangs eine Einschätzung des Public Values („Positionen und Perspektiven der ARD“). Der VAUNET merkt hierzu an, dass nicht der Eindruck entstehen sollte, dass allein nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Lage ist, Public Value herzustellen. Die privaten TV-, Radio- und Online-Medien 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.

Die Angebote der Rundfunkanstalten stehen mit privaten Rundfunk- und Telemedien im publizistischen Wettbewerb um Nutzeraufmerksamkeit. Eine Erweiterung des Telemedienangebots der Rundfunkanstalten, insbesondere um Leistungen, 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.

Darüber hinaus sind einige der geplanten Vorhaben, wie z. B. die vorgesehenen Personalisierungen des Programmangebots<sup>3</sup>, vor dem Hintergrund des Integrations- und Grundversorgungsauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu hinterfragen.

---

<sup>3</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 20, 21

## C. Wesentliche Änderungen des Telemedienangebots

### 1. Zielgruppe

Aus dem planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept ist nicht eindeutig erkennbar, ob mit den geplanten Änderungen am Portal auch eine neue Zielgruppenansprache einhergehen soll. planet-schule.de dient „als multimediales Angebot ... Lehrenden zur Vorbereitung und Gestaltung ihres Unterrichts“. <sup>4</sup> Als Zielgruppe sind konkret Pädagogen:innen sowie ihre Schüler:innen definiert. Aber in den Kapiteln drei und vier des planet-schule.de-Telemedienänderungskonzeptes, insbesondere bei der Begründung der wesentlichen Änderungen, ist häufig von den Bedürfnissen und dem Erreichen jüngerer Zielgruppen die Rede. Damit bleibt unklar, ob durch die vorgesehenen Änderungen auch eine direkte Ansprache von Kindern und Jugendlichen (auch auf Drittplattformen) ohne den Kontext der schulischen Bildung vorgesehen ist. Durch die beabsichtigten Umbauten bei kika.de und beim SWR-Kindernetz <sup>5</sup> wird es bereits zu einer Erhöhung des Wettbewerbsdrucks im Bereich der Kinder-Online-Medien kommen.

### 2. „Online-Only“-Angebote

Das Änderungskonzept sieht vor, „Online-Only“-Inhalte zu publizieren. <sup>6</sup> Aus dem Telemedienänderungskonzept lässt sich der künftige Umfang jedoch nicht vollends ableiten. Es wird im Telemedienänderungskonzept angegeben, dass solche Inhalte eingesetzt werden sollen, aber „mittelfristig nicht absehbar“ ist, ob sie zu „einem wesentlichen oder gar überwiegen- den Bestandteil auf planet-schule.de“ werden. <sup>7</sup> Damit ist auch nicht umfassend abschätzbar, welchen Einfluss die geplanten Änderungen/Erweiterungen insbesondere langfristig auf die Marktposition privater Angebote haben werden. Die Vorhaben würden den bestehenden Wettbewerbsdruck im Bereich der Kindermedien verschärfen.

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

---

<sup>4</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 12

<sup>5</sup> siehe KiKA-Telemedienänderungskonzept 2021, SWR-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 24-26

<sup>6</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 26, 27

<sup>7</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 27

Das Portal planet-schule.de dient einem spezifischen Zweck. Es bündelt und strukturiert die bestehenden Bildungsinhalte (laut SWR-Telemedienkonzept von 2009/2010 die Inhalte des öffentlich-rechtlichen Schulfernsehens<sup>8</sup>) des SWR und des WDR für die Nutzung im schulischen Bereich („Dieses multimediale Angebot dient Lehrenden zur Vorbereitung und Gestaltung ihres Unterrichts ...“<sup>9</sup>). Wenn für das Portal nunmehr „Online-Only“-Inhalte produziert werden sollen, würden SWR und WDR als Produzenten originärer Schulmaterialien auftreten.

Die Überschrift von Kapitel 4.1 lautet „Eigenständige Audio- und Videoinhalte („Online-Only“)<sup>10</sup>. Im Hinblick auf Audio-Online-Only-Angebote fehlt es an einer expliziten Ermächtigung im MStV für den Telemedienauftrag. Der im planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 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 Audio-Inhalte. 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 daher die Pläne, den Ausbau von planet-schule.de mit „Online-Only“-Inhalten im unbestimmten Maße vorantreiben zu wollen, ab.

### 3. Präsenz auf Drittplattformen

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.<sup>11</sup> Am Grundsatz, mit Teasern auf Drittplattformen **vorrangig eigene Angebote zu „bewerben“**, um so die Nutzer:innen auf die SWR-eigenen Portale zu leiten, sollte primär festgehalten werden.

planet-schule.de gibt im Telemedienänderungskonzept an, dass es den „Schwerpunkt auf die eigene Plattform“<sup>12</sup> legt. SWR und WDR begründen aber nur unzureichend, warum planet-schule.de für den Dialog mit Lehrenden auf Drittplattformen präsent sein muss.<sup>13</sup> Auch wird aus dem Änderungskonzept nicht ersichtlich, in welchem Umfang auch die filmischen Inhalte von planet-schule.de auf Drittplattformen präsent sein sollen.

---

<sup>8</sup> SWR-Telemedienkonzept 2009, S. 120 f.

<sup>9</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 12

<sup>10</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 26

<sup>11</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 26, 27

<sup>12</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 28

<sup>13</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 27

Die gestiegene Präsenz von unentgeltlichen Inhalten der Rundfunkanstalten verstärkt die heute bestehende Dominanz der Drittplattformen im Werbemarkt.<sup>14</sup> 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.

SWR und WDR sind sich bewusst, dass die Präsenz seiner Inhalte auf Drittplattformen von Werbeeinnahmen der Plattformbetreiber und damit von deren Präsenz auf dem Werbemarkt abhängig ist. Dies wird in den Ausführungen unter 4.2 (Vermeidung von Werbung und Sponsoring) deutlich.<sup>15</sup> 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.

planet-schule.de gibt als Begründung für die Präsenz auf Drittplattformen an, dass jüngere Zielgruppen ihr Informations- und Unterhaltungsbedürfnis vorrangig über Drittplattformen befriedigen,<sup>16</sup> ohne detailliert empirisch zu belegen, dass jüngere Menschen auch konkret Inhalte der Rundfunkanstalten auf den Drittplattformen erwarten. Für die junge Zielgruppe mag zutreffend sein, dass im hohen Maße Drittplattformen als Zugang für die Nutzung von Telemedieninhalten genutzt werden. Aber aus Sicht des VAUNET besteht für diese Gruppe mit dem **Jugendangebot „funk“** bereits ein Angebot, das für sie öffentlich-rechtliche Inhalte auf Drittplattformen bereitstellt.

Das planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept bleibt Daten/Studien schuldig, wie das Drittplattformnutzungsverhalten von älteren Zielgruppen und der Bevölkerungsdurchschnitt jenseits der „funk“-Zielgruppen ist. Das Argument, dass „jüngere Zielgruppen“ Drittplattformen nutzen, kann nicht allein als pauschale Rechtfertigung für alle Zielgruppen und die Durchschnitts-Zuschauer:innen/-User:innen der SWR-Angebote herangezogen werden.

Darüber hinaus widerspricht 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

---

<sup>14</sup> „...der digitale Werbemarkt wird auch in Deutschland von Google und Facebook dominiert“. SWR-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 57

<sup>15</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 34

<sup>16</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S.27

(siehe auch Ziffer 4 unten). Egal, ob eine solche Plattform mit europäischem Content gefüllt sein, nur eine Verlinkung von öffentlich-rechtlichem Content ermöglichen oder auch eine Search-Funktion haben soll. Es ist komplett diametral, einerseits (zurecht und zum Schutze der Meinungsfreiheit und Medienvielfalt) gegen die Marktmacht internationaler Plattformen kämpfen zu wollen und andererseits diese durch (dann auch noch unentgeltlich zur Verfügung gestellten) eigenen öffentlich-rechtlichen Qualitäts-Content zu stärken.

### 3. 1. Kriterien der Plattformauswahl

Des Weiteren bleibt unbegründet und offen, nach welchen Kriterien die Auswahl der zu nutzenden Drittplattformen vorgenommen und wie die Relevanz künftig ermittelt werden soll. Die Aussage, sich „an der Nutzungswirklichkeit der anzusprechenden Zielgruppen [zu] orientieren“<sup>17</sup>, ist sehr allgemein und unspezifisch gefasst. Auch bleibt unklar, welche Plattfortmtypen konkret bedient werden sollen. 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 SWR- und WDR-Inhalten entrichten müssen, während internationale Drittplattformen die SWR- und WDR-Inhalte unentgeltlich von den Rundfunkanstalten zur Verfügung gestellt bekommen.

Das Telemedienänderungskonzept lässt zudem vermissen, wie SWR und WDR auf den genannten Drittplattformen die Einhaltung der Qualitätsmaßstäbe der Rundfunkanstalten sicherstellen und kontrollieren werden.

### 3. 2. Videogameplattformen

Ablehnend steht der VAUNET Plänen gegenüber, wonach planet-schule.de verstärkt auf Videogameplattformen (mit eigenen Spielen oder innerhalb von Drittanbieter-Spielen) präsent sein möchte.<sup>18</sup> Zum einen steht dem die Nr. 14 der „Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien“ (Anlage zu § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 4 des Medienstaatsvertrages) entgegen. In Nr. 14 der Negativliste hat der Gesetzgeber verankert, dass Spieleangebote ohne Sendungsbezug in Telemedien der Rundfunkanstalten unzulässig sind. Eigenständige Spiele und Let's-Play-Formate sind hiervon wohl eher nicht umfasst.

Zum anderen besäße die Präsenz auf Videogameplattformen eine neue Qualität und würde einen Präzedenzfall darstellen, da bei Videogameplattformen spielerischer Zeitvertreib und Unterhaltung im Vordergrund vor der Vermittlung von Bildung oder Information steht. Wenn

---

<sup>17</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 30

<sup>18</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 32



unter Drittplattformen künftig auch Plattformen subsumiert werden, auf denen nur in untergeordneter Art und Weise dialogische Kommunikation stattfindet (z. B. User-Foren auf Plattformen von Handelsorganisationen oder Dienstleistungsunternehmen), würde sich der Kreis der Plattformen, für die potenzielle Inhalte hergestellt werden, deutlich erweitern. Für Videogameplattformen oder Dritt-Anbieter-Spiele eigene Spiele bzw. eigene Inhalte zu erstellen, sieht der VAUNET nicht vom Auftrag der Rundfunkanstalten erfasst.

### 3. 3. 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 Vorgehensweise, öffentlich-rechtliche Inhalte der Alterskategorien ab 16 oder ab 18 nicht direkt auf Drittplattformen anbieten zu wollen<sup>19</sup>, 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 algorithmenbasierten Systeme gestalten wollen, um beispielsweise der Entstehung von Echokammern vorzubeugen.

### 3. 4. Werbefreiheit

Die Aussagen des Telemedienänderungskonzeptes<sup>20</sup> zur Werbefreiheit von planet-schule.de-Angeboten auf Drittplattformen bleiben hinter dem Medienstaatsvertrag zurück (§ 30 Abs. 5 Nr. 1 MStV i.V. m. § 30 Abs. 6 S. 2 MStV). planet-schule.de hält es laut Änderungskonzept 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 Nutzer:innen mit Werbung konfrontiert werden.“<sup>21</sup>). 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 trifft keine Aussage, wie planet-schule.de darauf hinwirkt, dass Werbeeinblendungen ausgeschlossen werden. Die Passage, die ARD strebt ein „möglichst werbe- und sponsorenfreies Umfeld“ an<sup>22</sup>, reicht nicht aus, um den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden.

## 4. Verweildauer

Die im Telemedienänderungskonzept geplanten neuen Verweildauern gehen zum Großteil weit über die bisherigen Verweildauern hinaus. Eine grundsätzliche Übernahme des neuen

---

<sup>19</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 32, 33 i. V. m. Nr. 4 der ARD-Richtlinien für die Verbreitung von Telemedienangeboten über Drittplattformen

<sup>20</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 34

<sup>21</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 34

<sup>22</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 34



Verweildauerkonzepts scheint hier verfehlt. Es sollte an den bisherigen Kategorien festgehalten werden.

Auch erschließt sich nicht, warum für das spezifische Angebot von planet-schule.de das vollständige Verweildauerkonzept der ARD Eingang gefunden hat. Die Aufgabe von planet-schule.de ist es, bestehende Bildungsinhalte des SWR und WDR für die Nutzung im schulischen Bereich zu bündeln und zu strukturieren. Wenn die Übernahme des vollständigen ARD-Verweildauerkonzeptes dazu dienen sollte, u. a. auch fiktionale und non-fiktionale Inhalte, die keine Bildungsinhalte sind, stärker bei planet-schule.de einzubinden, lehnt dies der VAUNET ab, da dies über den Zweck der Unterrichtsunterstützung hinausgeht.

Die Begründung, planet-schule.de würde bei fehlender Ausdehnung der Verweildauer seine Glaubwürdigkeit verlieren,<sup>23</sup> wird nicht hinreichend belegt. Vielmehr wird im Rückblick auf die letzten Jahre bilanziert, dass „das Online-Angebot von planet-schule.de deutlich häufiger abgerufen“ wird.<sup>24</sup> planet-schule.de hat von 2009 bis 2020 die Zahl seiner Page Impressions von monatlich 580.000 auf 10 Millionen gesteigert.<sup>25</sup>

Von einer sinkenden Akzeptanz von planet-schule.de auf Basis der geltenden Verweildauerfristen kann daher nicht die Rede sein.

#### 4. 1. Verweildauer „Online-Only“-Inhalte

Das ursprüngliche SWR-Online-Telemedienkonzept (inklusive planet-schule.de) hatte zum Grundsatz, dass die Verweildauer grundsätzlich sieben Tage nicht überschreiten darf (§ 11d Abs. 2 S. 1 Nr. 11. HS 12. RÄndStV). Mittels eines per Drei-Stufen-Test genehmigten Telemedienkonzeptes konnte von dieser Depublizierungsvorgabe abgerückt werden (§ 11d Abs. 2 S. 1 Nr. 312. RÄndStV). Seit dem 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag besteht für die allermeisten Inhalte keine Sieben-Tage-Frist mehr. § 32 Abs. 1 S. 2 MStV schreibt jedoch konkret vor, dass in den Telemedienkonzepten „angebotsabhängige differenzierte Befristungen für die Verweildauern vorzunehmen“ sind. Hätte der Gesetzgeber den Regelungswillen gehabt, dass die Inhalte nach Wegfall der Sieben-Tage-Frist unbegrenzt im Internet publiziert werden dürfen, hätte er auf die Pflicht zur Befristung in § 32 Abs. 1 S. 2 MStV verzichtet. Wenn aber, wie im Telemedienkonzept beschrieben, die Regelungen zu „Online-Only“- „Online-First“-Inhalten und Verweildauerzeiträumen derart ineinandergreifen, dass eine Depublizierung defacto nicht mehr erfolgen muss, wird der Regelungszweck des § 32 Abs. 1 S. 2 MStV unterlaufen.

---

<sup>23</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 37

<sup>24</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 15

<sup>25</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 49

Besonderen Klärungsbedarf sieht der VAUNET bezüglich des Beginns der Verweildauerfristen für die eigenständigen Inhalte („Online-Only“).<sup>26</sup> Im Konzept ist kein Fixpunkt gesetzt, ab dem die Verweildauerfrist startet. Dies bedeutet, dass die „Online-Only“-Inhalte faktisch rund um die Uhr online verbleiben können. Nach Ablauf der Frist der Erstpublikation kann der SWR den betreffenden Inhalt umgehend erneut online publizieren und die Verweildauerfrist startet von Neuem. Ohne einen konkreten Fixpunkt sind Fristenregelungen für „Online-Only“-Inhalte Makulatur. Vielmehr bedarf es einer klaren Abstandsregelung nach Fristende als Anknüpfung, d. h., dass nach dem Ablauf der Verweildauer der Inhalt zunächst einmal nicht mehr zur Verfügung steht und ein neuerlicher Abruf erst nach einem gewissen Zeitraum wieder möglich ist.

Der Gesetzgeber hat in § 32 Abs. 1 S. 2 MStV festgeschrieben, dass in Telemedienkonzepten Befristungen vorzunehmen sind. Aus Sicht des VAUNET gilt diese Maßgabe auch für „Online-Only“-Inhalte. Die Verweildauerfristen liefen ansonsten ins Leere.

#### 4. 2. Verweildauer „Online-First“-Inhalte

Ein einheitlicher Fixpunkt fehlt im Telemedienänderungskonzept auch für das Bereitstellen von Sendungen zum Abruf vor ihrer linearen Ausstrahlung („Online-First“, § 30 Abs. 2 Nr. 1 MStV)<sup>27</sup>.

Für eine Beurteilung der Marktauswirkungen, aber auch für die Kontrolle durch die Gremien, ist die Benennung eines maximal möglichen Vorabtermins vor der Ausstrahlung notwendig. Ansonsten ist die Abgrenzung zwischen „Online-Only“-Inhalten (Finanzierung nur aus dem Telemedien-Etat) oder eines originären TV-/Audio-Inhalten (überwiegende Finanzierung aus den Etats der linearen Programme) schwierig. Wird ein Inhalt online gestellt, ohne dass er zuvor im linearen Programm zu sehen bzw. zu hören war, ist zudem unklar, ob es ein „Online-First“- oder ein „Online-Only“-Inhalt ist. „Online-First“ ohne zeitlichen Anker kann bedeuten, dass die Ausstrahlung im Fernsehen oder Radio erst Monate oder Jahre später erfolgen kann. Der VAUNET schlägt vor, den frühesten Zeitpunkt für ein Vorab-Online-Stellen von linearen Inhalten auf eine Woche vor Ausstrahlung im Fernsehen festzulegen.

#### 5. Kooperationen/Vernetzung

Der planet-schule.de bekräftigt, die „Zusammenarbeit mit öffentlich-rechtlichen bzw. gemeinwohlorientierten Einrichtungen weiterentwickeln [zu wollen], indem es beispielsweise das eigene Angebot öffnet und zum Gastgeber und Kurator für Inhalte wird.“<sup>28</sup> Dafür wollen „die ARD und die Landesrundfunkanstalten ... – auch mit dem Angebot planet-schule.de – neue öffentliche Räume durch digitale Plattformen schaffen und unterstützen, die nicht der

<sup>26</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 26, 27

<sup>27</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 26

<sup>28</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 19

kommerziellen Logik privatwirtschaftlicher Akteure, sondern ausschließlich der gemeinwohlorientierten **Maßgabe des Auftrags aus § 26 Medienstaatsvertrag** folgen.<sup>29</sup> Aus Sicht des VAUNET sollten SWR und WDR bei der Auswahl potenzieller Kooperationspartner diskriminierungsfrei handeln und privatrechtlich agierende Medienunternehmen nicht von vornherein beim Aufbau von Multi-Stakeholder-Medienplattformen und/oder Kooperationen ausschließen.

Begründet werden die geplanten Plattformkooperationen u. a. mit dem Ziel, einen „sicheren, vertrauenswürdigen digitalen Raum, in dem die Grundsätze der freiheitlich-demokratischen Grundordnung gelten“<sup>30</sup> zu schaffen. Hier sei darauf verwiesen, dass auch die nationalen privaten Telemedienangebote auf dem Boden des Grundgesetzes agieren. Der Verweis, gesetzeskonform agieren zu wollen, reicht als Argument, weitere Plattformen und somit weitere publizistische und ökonomische Wettbewerber schaffen zu wollen, nicht aus.

Es gilt durch die Gremien zu prüfen, ob die Zusammenarbeit vom öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrag gedeckt ist und eine kommerzielle Aktivität darstellt. Es gilt intransparente, unzulässige Quersubventionierungen, innerhalb derer geldwerte Leistungen entgeltfrei, aber auf Kosten der Beitragszahler ausgetauscht werden, zu verhindern.

Offen bleibt im Telemedienänderungskonzept, inwieweit Kooperationen/Vernetzungen auch im europäischen/internationalen Rahmen erfolgen sollen. Europäische und internationale Kooperationen und Vernetzungen, die im Ergebnis zu einer Angebotsausweitung in den Telemedien der Rundfunkanstalten führen oder der Umgehung der Vorgaben für europäische und internationale Filmwerke (§ 30 Abs 2 Nr. 2 MStV) dienen können, lehnt der VAUNET ab.

Das verfolgte Kooperationsmodell, welches in einem ersten Schritt Inhalte von Universitäten, Theatern und Museen integrieren möchte,<sup>31</sup> führt möglicherweise zu einem Ausschluss von Kooperationen zwischen privaten Anbietern und staatlichen Einrichtungen, wenn mehrere öffentliche Kultur- und Bildungseinrichtungen in diesem Sinne entstehen. Die beabsichtigten Kooperationen und digitalen Plattformen sind auch auf ihre Staatsferne hin zu überprüfen.

## 6. Freie Lizenzen

SWR und WDR ziehen in Betracht, SWR/WDR-Inhalte in CC-Lizenz (Creative-Commons-Lizenz, die eine kommerzielle Nutzung untersagt) online anzubieten, um die „digitale Verarbeitung und Verbreitung von Wissen“ zu ermöglichen.<sup>32</sup> Das Anliegen des SWR und WDR, ihre

<sup>29</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 20

<sup>30</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 19

<sup>31</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 19

<sup>32</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 18

Inhalte Bildungsmedien zur Verfügung zu stellen, könnte alternativ im Wege der Lizenzierung gewährleistet werden. Vielmehr trägt die freie, unentgeltliche Weitergabe zu einer Marktverzerrung bei, sodass es privaten Anbietern erschwert wird, vergleichbare Inhalte entgeltlich oder werbefinanziert gegenüber Dritten anzubieten.

Die CC-Strategie läuft zudem dem Ziel entgegen, möglichst vielen Bürger:innen die SWR/WDR-Inhalte zugänglich zu machen, sollten Creative-Commons-Lizenzen zur Folge haben, dass sie nicht auch von kommerziellen Anbietern genutzt werden können.

## 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.<sup>33</sup> Dem Telemedienänderungskonzept liegt nach Ansicht des VAUNET eine unzureichende Bewertung des publizistischen Wettbewerbes und der marktlichen Auswirkungen auf die privaten Mitbewerber zugrunde. SWR und WDR wenden eine zu allgemeine und abstrakte Markbetrachtung an.

Das Änderungskonzept verweist u. a. vor allem auf die Milliarden-Euro-Umsätze großer privater Unternehmensgruppen.<sup>34</sup> 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 den privaten Mediengruppen auch die jährlichen Gesamterträge der Rundfunkanstalten von im Schnitt rund 8,9 Milliarden Euro<sup>35</sup> herangezogen und planet-schule.de zugerechnet werden müssten.

**Der Aussage:** „Alleinstellungsmerkmale von planet-schule.de und der beschriebenen wesentlichen Änderungen: Qualität, Vielfalt und Zugänglichkeit“<sup>36</sup> kann der VAUNET nicht zustimmen. Private Medien bieten ebenfalls vielfältige hochwertige Inhalte an.

Das Telemedienänderungskonzept führt als publizistische Wettbewerber aus dem Bereich der rundfunkähnlichen Telemedien kurz u. a. Netflix, Amazon Prime Video, Disney, Joyn, TV NOW (jetzt RTL+) und Sky an.<sup>37</sup> Dabei wird festgestellt: „Bildungsangebote spielen [hier]

<sup>33</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 56

<sup>34</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 59

<sup>35</sup> 22. KEF-Bericht, S. 49, 50, 51

<sup>36</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 59

<sup>37</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 57

bislang kaum eine Rolle“.<sup>38</sup> Eine nähere Betrachtung des privaten Marktes hätte ergeben, dass auch bei den großen Video-on-Demand-Portalen, aber auch bei kleineren, spezialisierten privaten Angeboten vergleichbare Inhalte, wie Dokumentationen und Reportagen vorzufinden sind. Auch weitere Wettbewerber aus dem Bereich der Bildungsverlage werden nur kurz benannt. Aufgrund einer fehlenden, tiefergehenden Analyse, worin der tatsächliche publizistische Mehrwert von planet-schule.de gegenüber seinen Mitbewerbern liegt, kann die Aussage „Die wesentlichen Änderungen des Angebots spielen im publizistischen Wettbewerb keine dominierende Rolle.“<sup>39</sup> nicht nachvollzogen werden.

Der im planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept vorgenommene allgemeine 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.<sup>40</sup> Die 2020 am häufigsten genutzten VoD-Angebote in Deutschland waren die Mediatheken von ARD 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 Streaming-Portale Netflix und Amazon-Prime-Video mit 36 % bzw. 30 %.<sup>41</sup> Daher ist es nicht nachvollziehbar, wie SWR und WDR zu dem Schluss gelangen, dass im deutschen Bewegtbildmarkt ARD und ZDF als „Mitbewerber für deutsche Anbieter keine Rolle spielen“.<sup>42</sup> Die an dieser Stelle zitierten Marktanteilszahlen von Netflix und Amazon von 32,3 % bzw. 24,1 % aus dem medienökonomischen Gutachten „Auswirkungen der wesentlichen Änderungen der Telemedienangebote des ZDF auf allen relevanten Märkten“<sup>43</sup> entstammen einer Betrachtung des Pay-VoD-Marktes, der ARD und ZDF in die Analyse nicht mit einbezogen hatte. Es entsteht im Telemedienänderungskonzept aber der Eindruck, dass die zitierten Marktanteile am Pay-VoD-Markt die Marktanteile im VoD-Gesamtmarkt sind.

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

---

<sup>38</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 58

<sup>39</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 58

<sup>40</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 67, ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, Media Perspektiven 9/2020, S. 489

<sup>41</sup> Media Perspektiven 9/2020, S. 489

<sup>42</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 54

<sup>43</sup> Medienökonomisches Gutachten „Auswirkungen der wesentlichen Änderungen der Telemedienangebote des ZDF auf allen relevanten Märkten“, Mainz/Berlin, 28. November 2019, S. 44.

Aus Sicht des VAUNET nimmt das planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 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-Telemedien<sup>44</sup> 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 ARD/ZDF-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.“<sup>45</sup> 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 öffentlich-rechtlichen Telemedien zu einer höheren Nutzung der ARD/ZDF-Telemedien führt, kann dieser publizistische Zuwachs nur zu Lasten der Reichweite privater Wettbewerber, der Angebots- und Anbieter Vielfalt und deren werbebasierter Refinanzierung ausfallen.

## 2. Finanzieller Aufwand

Das planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept beziffert den künftigen Telemedienmehraufwand mit 55.000 Euro pro Jahr.<sup>46</sup> Im SWR-Telemedienkonzept von 2009 waren die Kosten für planet-schule.de mit null Euro beziffert, weil „der finanzielle Aufwand für das Telemedienangebot ... durch die Kultusministerien der Staatsvertragsländer des SWR getragen“ wird.<sup>47</sup> Ob weiterhin eine (Ko-)Finanzierung von planet-schule.de nicht mehr über die Kultusministerien von Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg erfolgt, lässt sich dem neuen Telemedienkonzept nicht entnehmen.

Rund zehn Jahre nach dem Drei-Stufen-Test von 2009/2010 haben sich die Telemedienkosten mit 733.000 Euro (2021) deutlich vervielfacht.<sup>48</sup> Während die Verbreitungskosten für planet-schule.de von 2017 zu 2021 von 42.000 Euro auf 49.000 Euro angewachsen sind, wuchsen die übrigen Telemedienkosten um 132.000 Euro an.<sup>49</sup> Ein weiteres Anwachsen des Etats

---

<sup>44</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 56, 58, 60

<sup>45</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 56

<sup>46</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 61

<sup>47</sup> Telemedienkonzept des SWR 2009, S. 126

<sup>48</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 14

<sup>49</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 14

um jährlich 55.000 Euro würde eine weitere Aufstockung des Etats (ohne Verbreitungskosten) um nicht unerhebliche acht Prozent bedeuten.

Es stellt sich zudem die Frage, ob die angedachten drei bis vier „Online-Only“-Einzelprojekte<sup>50</sup> und die dafür notwendigen Ausgaben (30.000 Euro) angesichts der im Markt bereits umfangreich vorhandenen öffentlich-rechtlichen Kinder- und Bildungsinhalte zwingend erforderlich sind.

Auch erscheint es fraglich, ob der Ausbau des YouTube-Kanals von planet-schule.de<sup>51</sup> zwingend notwendig ist, um die Zielgruppe der Lehrenden zu erreichen. Die Ausgaben für die „Verbreitung auf Drittplattformen“ (25.000 Euro pro Jahr<sup>52</sup>) betrachtet der VAUNET vor dem Hintergrund des zu beobachtenden Trends, auf globalen Drittplattformen präsent zu sein, kritisch. Der Ausbau der Präsenz auf Drittplattformen wird vor allem damit begründet, „jüngere Zielgruppen“<sup>53</sup> erreichen zu wollen, ohne aber konkret zu definieren, **was unter „jüngeren Zielgruppen“ zu verstehen ist**. Aus Sicht des VAUNET hat der Gesetzgeber für die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Medienstaatsvertrag bereits das Angebot „funk“ beauftragt, welches u. a. bereits vielfältig auf Drittplattformen präsent ist. Für den VAUNET würde es sich nicht erschließen, wenn neben dem jungen Angebot ein weiteres Telemedienangebot für jüngere Nutzer:innen entstehen würde.

Für den Bereich „Verbreitung auf Drittplattformen“ ist nicht ersichtlich, ob mögliche Vergütungs- und Lizenzkosten anfallen und von den benannten kalkulierten Aufwendungen bereits vollumfänglich abgedeckt werden. Auch wenn non-lineare Nutzungsrechte in anderen Rechtepaketen (z. B. TV-Rechte) miterworben werden, sind sie den planet-schule.de-Telemedienkosten zuzurechnen und entsprechend einzubeziehen und auszuweisen. Es kann nicht argumentiert werden, dass durch den Erwerb von Nutzungsrechten in Rechtepaketen keine weiteren telemedienrelevanten Zusatzkosten entstehen.

Der VAUNET kann dem Argument nicht folgen, „**dass eine eindeutige und nach allen Kostenarten differenzierte Zuordnung der Kosten zu einzelnen Ausspielwegen immer schwieriger wird und derartige Kosten schon seit Jahren nur sehr umständlich erhoben werden können.**“<sup>54</sup> Der VAUNET geht davon aus, dass SWR und WDR im Verfahren zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten die Telemedienkosten trotz damit verbundenen Aufwandes konkret und detailliert darstellt. Daher sollte dies auch im Rahmen eines Drei-Stufen-Test-Verfahrens möglich sein.

---

<sup>50</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 61

<sup>51</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 61

<sup>52</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 61

<sup>53</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 60

<sup>54</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 14



Der Medienstaatsvertrag (§ 30 Abs. 4 Satz 3f. MStV) als auch das planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept<sup>55</sup> eröffnet planet-schule.de die Möglichkeit zur Vernetzung mit den Telemedien anderer Rundfunkanstalten. Das Änderungskonzept lässt offen, in welchem Umfang eine Einbindung von Inhalten anderer Rundfunkanstalten oder Dritter künftig in planet-schule.de erfolgen soll und welche Kosten damit entstehen.

Abgesehen davon, dass der VAUNET sich grundsätzlich gegen eine Ausweitung des Telemedienangebots der Rundfunkanstalten ausspricht, vertritt er die Position, dass ein Ausbau nicht auch noch aus zusätzlichen Beitragsmitteln erfolgen darf, sondern allenfalls mit Einsparungen einhergehen sollte.

Zu den Kosten heißt es im planet-schule.de-Änderungskonzept abschließend: „Bei der KEF wurde für den Beitragszeitraum 2021 bis 2024 kein gesondertes Projekt für die vorgenannten Änderungen des Telemedienangebots angemeldet. Entsprechende Programmaufwände werden in der laufenden Beitragsperiode aus dem bestehenden Etat finanziert.“<sup>56</sup> Nicht ersichtlich ist, welcher Etat hier konkret gemeint ist. Ob es sich um die Telemedienetats von SWR und WDR oder die Gesamtetats von SWR und WDR handelt oder eine Umschichtung im Rahmen der „Verschiebung von Etats von den linearen hin zu den Digital-Angeboten“<sup>57</sup> (wie es Eingangs des Telemedienänderungskonzeptes allgemein formuliert wird) aus Etats der SWR/WDR-TV- oder -Radio-Angebote erfolgen soll, bleibt unklar.

Zudem gilt es anzumerken, dass das Änderungskonzept 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 Rundfunkrat des MDR eine Erläuterung vorzulegen hat, auf deren Basis der Rundfunkrat prüft, ob ein neuer Drei-Stufen-Test durchzuführen ist.<sup>58</sup> Eine solche Evaluierungsklausel sollte auch im planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept eingeführt werden.

---

<sup>55</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 18-20

<sup>56</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 61

<sup>57</sup> planet-schule.de-Telemedienänderungskonzept 2021, S. 15

<sup>58</sup> Telemedienkonzept MDR-Telemedien, 28.10.2016, S. 105, 106