

Mediengruppe RTL Deutschland · Picassoplatz 1 · 50679 Köln

Staatskanzlei und Ministerium für Kultur  
des Landes Sachsen-Anhalt  
Herrn Claus-Peter Boßmann  
Hegelstraße 40 - 42  
39104 Magdeburg

MEDIENPOLITIK

Claus Grewenig  
Bereichsleiter

Telefon  
+49 221 456-74500  
+49 221 456-74549

E-Mail  
Claus.grewenig@mediengruppe-rtl.de

Köln, 07.07.2017

Per e-mail:  
stellungnahme.telemedien@stk.sachsen-anhalt.de

### **Stellungnahme zur Erweiterung des Telemedienauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks**

Sehr geehrter Herr Boßmann,

die Mediengruppe RTL Deutschland bedankt sich für die Möglichkeit, im Rahmen des allgemeinen Konsultationsprozesses zum Entwurf des neuen Telemedienauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Stellung zu nehmen.

Nachfolgend möchten wir auf die für uns wesentlichen Paragraphen des Entwurfs eingehen und diese aus der Perspektive eines privaten Wettbewerbers kommentieren.

#### **§ 2 Ziffer 19**

Bereits in den Begriffsbestimmungen des § 2 RStV-E wird der Sendungsbezug nicht mehr gefordert. Wie auch im weiteren Verlauf dieser Stellungnahme deutlich werden wird, fordern wir die Aufrechterhaltung des Sendungsbezugs als grundsätzliche Eigenschaft öffentlich-rechtlicher Telemedien, die nur in begründeten, durch einen Drei-Stufen-Test genehmigten oder explizit beauftragten Ausnahmefällen nicht aufrechterhalten werden muss.

- **Öffentlich-rechtliche Telemedien müssen weiterhin einen Sendungsbezug aufweisen. Wir bitten um Wiederaufnahme des Wortes „sendungsbezogen“.**

### § 11 d Telemedienangebote

§ 11 d beginnt mit einer Einleitung, wonach der Auftrag „insbesondere“ konkretisiert wird. Die nachfolgende Definition ist damit nicht abschließend formuliert und macht jede Art der versuchten Konkretisierung dem Grunde nach obsolet. Wir bitten insofern um Streichung des Begriffs „insbesondere“.

In der Auftragsbeschreibung fehlt der Sendungsbezug nun explizit, es werden ausdrücklich „eigenständige audiovisuelle Inhalte“ beauftragt (**Satz 1**). Die Beschränkungen der Verweildauern der Inhalte im Internet wären mit dieser Formulierung nun derart aufgeweicht, dass sie nicht mehr ins Gewicht fallen würden. Während bislang lediglich Vorankündigungen von linearen Inhalten zulässig waren, würden die Anstalten nun ausdrücklich auch mit dem Angebot von Sendungen vor deren Ausstrahlung im linearen Fernsehen beauftragt. Die Intention dieser Formulierung erscheint uns nicht eindeutig, weswegen wir an dieser Stelle daran erinnern möchten, dass der Auftrag für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nicht disponibel ist. Dies hätte dem aktuellen Normentwurf entsprechend zur Folge, dass nach dieser Formulierung alle Sendungen bereits vor der linearen Ausstrahlung für einen nicht begrenzten Zeitraum online verfügbar sein müssten. Dies entspräche einem gigantischen Angebot non-linearer beitragsfinanzierter und damit für den Nutzer scheinbar kostenfreier Inhalte in einem stark wettbewerbsorientierten Markt auch mit Anbietern wie Amazon oder Netflix. Auch die Mediengruppe RTL Deutschland plant, den Anteil der Vorab-Ausstrahlungen im Internet zu erhöhen – dies allerdings unter der einschränkenden Berücksichtigung der Refinanzierungs- und Vermarktungsmöglichkeiten auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette. Eine Problematik, die die öffentlich-rechtlichen Anstalten naturgemäß nicht kennen.

Bislang ist die Vorabausstrahlung und auch das Angebot auf Drittplattformen im Internet ausschließlich im Rahmen des Jungen Angebots funk zulässig, auch wenn die Anstalten bereits an anderer Stelle einen grenzwertigen Fall exerzieren: So wird das Angebot „frag selbst“ vor seiner linearen Ausstrahlung bei tagesschau24 bereits bei Facebook gezeigt. Hier besteht zwar ein klarer Sendungsbezug, dennoch ist ein Angebot auf Drittplattformen mit Ausnahme bei funk nicht zulässig. Dass der Staatsvertrag der gelebten Wirklichkeit der Anstalten folgt kann nicht im Sinne des Gesetzgebers sein.

Ein Vorab-Angebot beitragsfinanzierter Inhalte darf nicht generell zulässig sein, sondern muss im Einzelfall begründet und auf seine Sinnhaftigkeit geprüft werden.

**Absatz 2 Nr. 2** stellt ausdrücklich das Angebot europäischer Lizenzware zur Diskussion, und zwar unabhängig von der inhaltlichen Ausrichtung. Wir begrüßen, dass eine mögliche Änderung im Länderkreis offenbar noch erheblich diskutiert wird (geklammerter Vorschlag). Dies aus gutem Grund, da die angedachte Regelung erhebliche Auswirkungen auf den Markt haben könnte. Hier fordern wir nachhaltig eine Anpassung des Entwurfs. Dies gilt vor allem vor dem Hintergrund folgender Erwägungen: Die Begründung für unterhaltende Inhalte im linearen Bereich lag ursprünglich im Argument des

mangelnden Audience Flows, der im non-linearen Bereich schon qua Definition nicht von Relevanz ist. Wir bleiben deswegen bei unserer Kompromisslinie, die besagt, dass wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Internet Unterhaltung anbieten darf, dann jedoch beschränkt auf Eigenproduktionen und auch dies nur in einem sinnvollen Verhältnis zu Inhalten aus den Kategorien Information, Bildung und Kultur. Fiktionale Lizenzware darf unter keinen Umständen angeboten werden. Dies gilt ungeachtet des Produktionsstandorts für deutsche, insbesondere aber natürlich auch für europäische oder außereuropäische Inhalte.

**Absatz 2 Nr.3** erweitert explizit die Verweildauer von Großereignissen sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga von 24 Stunden auf sieben Tage. Mit dieser Aufweichung würde der Gesetzgeber mittelbar in die Rechtevergabe eingreifen, da sich ARD und ZDF nunmehr auf einen „Online-Auftrag“ in diesem Bereich berufen könnten. Angebote privater Wettbewerber wie z.B. „100% Bundesliga“ bei RTL Nitro würden damit komplett entwertet.

Hinzu kommt, dass bislang nicht öffentlich bekannt geworden ist, dass die Einschränkung auf 24 Stunden bei den Anstalten in der Vergangenheit zu Problemen geführt hätte – mit Ausnahme der Eröffnungsfeier der Olympischen Spiele, die aber im Rahmen eines Drei-Stufen-Tests sehr wohl hätte genehmigt werden können und nicht von einer Beauftragung abhängig war. Hier bitten wir um eine Darlegung durch den Gesetzgeber, an welcher Stelle tatsächlich ein praktischer Bedarf bestehen könnte. Wir bitten ferner um Streichung dieser Aufweichung der Verweildauer von 24 Stunden auf sieben Tage.

Die bereits bemängelte nicht abschließende einleitende Formulierung setzt sich auch im weiteren Verlauf des § 11 d fort.

**Absatz 3** fordert eine „zeitgemäße Gestaltung“, die keine nähere Beschreibung findet und konkretisiert werden muss.

**Absatz 4** würde nun ausdrücklich Kooperationen mit anderen Portalen erlauben. **Satz 2** lautet: „Soweit dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist, können sie Telemedien auch außerhalb des dafür jeweils eingerichteten eigenen Portals anbieten“. Mit dieser Ermächtigung dürften die Anstalten nunmehr ganz explizit Inhalte auch exklusiv auf Plattformen wie Facebook oder Youtube anbieten. Grundsätzlich gehören beitragsfinanzierte öffentlich-rechtliche Inhalte auf öffentlich-rechtliche Portale, nur in begründeten und durch einen Drei-Stufen-Test genehmigten oder im Einzelfall beauftragten Ausnahmefällen sind vom Auftrag umfasste Angebote auf anderen Portalen zulässig. Exklusivangebote auf fremden Portalen sollten generell unzulässig bleiben. Sofern ARD und ZDF darüber hinaus aktiv sein möchten, gehören diese Angebote in den kommerziellen Bereich, wo sich die Anstalten zu Marktbedingungen in den Wettbewerb einordnen können. Wir fordern nachdrücklich eine Streichung von Satz 2.

Mit Bedauern müssen wir an dieser Stelle feststellen, dass unsere offensichtlichen, aber unberücksichtigten Bedenken bei der Beauftragung des Jungen Angebots (funk) sehr wohl gerechtfertigt waren, indem wir befürchteten, dass die weit gefasste Beauftragung als „Blaupause“ für den gesamten Telemedienauftrag dienen würde. Leider sollen nach dem Entwurf die für funk vorgesehenen Auftragerweiterungen nun offenbar identisch auf den gesamten Telemedienauftrag erweitert werden. Hierfür besteht weder ein Bedürfnis noch wurden die dadurch zu befürchtenden Marktauswirkungen auch nur ansatzweise überprüft.

Darüber hinaus bitten wir um eine Konkretisierung der geplanten Vernetzungen innerhalb der öffentlich-rechtlichen Angebote aus **Satz 3**, die über die Beschreibung „z.B. durch Verlinkung“ hinausgeht, zumal der Begriff der Verlinkung zusätzlich in der Negativliste weiter aufgeweicht wird (s.u.). Hier ist eine abschließende Aufzählung erforderlich.

Wir begrüßen, dass **Absatz 5** Werbung und Sponsoring in vom Auftrag erfassten Telemedienangeboten weiterhin für unzulässig erklärt. Es ist allerdings nicht ausreichend, dass durch Werbung und Sponsoring keine Einnahmen erzielt werden dürfen (**Absatz 6**); vielmehr muss eine klare Trennung von öffentlich-rechtlichen Inhalten und Werbung bzw. Sponsoring im Netz erzielt werden, d.h. öffentlich-rechtliche Inhalte dürfen auch nicht mit Werbung in Verbindung gebracht werden, von denen Dritte Einnahmen erzielen können. Für den Verbraucher ist es unerheblich, wer die Einnahmen erzielt, entscheidend ist die Frage, wie ein Angebot wirkt. Ein werbefreies öffentlich-rechtliches Angebot muss in Gänze werbefrei bleiben.

In diesem Zusammenhang muss sichergestellt werden, dass Dritte generell die Präsenz öffentlich-rechtlicher Inhalte bzw. die Klicks auf diese Inhalte nicht zu Vermarktungszwecken jeglicher Art nutzen dürfen. Dies würde sich sonst quasi doppelt negativ auf den Markt auswirken. Aus beitragsfinanzierten Inhalten dürfen grundsätzlich keine Einnahmen aus Vermarktung generiert werden, weder durch die Anstalten, noch durch Dritte. Konkret bedeutet dies, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk staatsvertraglich dazu angehalten werden muss, vertraglich sicherzustellen, dass nicht nur die Werbefreiheit gewährleistet ist, sondern z.B. auch Drittplattformen die durch die Nutzung von öffentlich-rechtlichen Inhalten entstehenden Klicks nicht im Werbemarkt vermarkten dürfen.

**Absatz 6** muss insofern auch schärfer formuliert werden, so dass die Anstalten nicht nur „für die Einhaltung des Abs. 5 Nr. 1 Sorge tragen sollen“, sondern diese Trennung klar einhalten bzw. vertraglich sicherstellen müssen.

**Absatz 7** bezieht sich auf den Wettbewerb zwischen öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten und Verlegerangeboten (Stichwort Presseähnlichkeit). Erstaunlicherweise wird hier ungeachtet der Darstellungsform der Sendungsbezug, der in Absatz 2 explizit aufgehoben wurde, nun wieder eingefordert. Es erschließt sich nicht, warum ein Angebot in der Darstellungsform presseähnlich erscheint, wenn Inhalte „ohne Bezug zu einer Sendung [...]“

diejenigen Telemedien überwiegen, die einen Bezug zu einer Sendung aufweisen“. Im Sinne eines fairen Wettbewerbs fordern wir daher, den in Absatz 7 geforderten Sendungsbezug auch für alle anderen Angebote in Absatz 2 aufrecht zu erhalten.

- **Der Telemedienauftrag muss stärker konkretisiert werden und eine inhaltliche Fokussierung aus Information, Bildung und Kultur erkennen lassen.**
- **Der Sendungsbezug muss grundsätzlich erhalten bleiben. Im Sinne eines fairen Wettbewerbs darf dies nicht nur für presseähnliche Angebote gelten.**
- **Die Verweildauer muss insbesondere im fiktionalen Bereich weiterhin bei sieben Tagen nach Ausstrahlung liegen.**
- **Die Verweildauer für Großereignisse und Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga darf nicht über 24 Stunden hinausgehen.**
- **Exklusivangebote auf fremden Portalen sollten generell unzulässig bleiben.**
- **Fiktionale Lizenzware darf weiterhin nicht Bestandteil eines beitragsfinanzierten öffentlich-rechtlichen Angebots sein, auch nicht bezogen auf EU-Produktionen.**
- **Öffentlich-rechtliche Inhalte müssen auch auf Drittplattformen und unabhängig der Erlösstrukturen werbefrei bleiben und dürfen nicht zu Vermarktungszwecken jeglicher Art durch Dritte genutzt werden.**

### § 11 f Telemedienkonzepte

In **Absatz 1** werden die Ansprüche an die von den Anstalten erstellten Telemedienkonzepte beschrieben. Wir begrüßen, dass hier „differenzierte Befristungen für die Verweildauern vorzunehmen“ wären. Mit Blick auf die sehr weite Auslegung in § 11 d wäre jedoch zu erwarten, dass die Telemedienkonzepte in Zukunft keine nennenswerten Befristungen vorsehen würden. Wie oben gefordert, muss es daher zusätzlich auch bei gesetzlichen Befristungen bleiben.

**Satz 3** bezieht sich auf das Angebot öffentlich-rechtlicher Inhalte auch außerhalb des eigenen Portals. Wir bleiben bei unserer Forderung, dass Exklusivangebote außerhalb des eigenen Portals untersagt bleiben müssen. Jegliche nicht-exklusiven Angebote auf Drittplattformen müssten für jeden Einzelfall einen Drei-Stufen-Test durchlaufen und nicht einfach im Telemedienkonzept „begründet“ werden; eine Pauschal-Legitimation darf unter keinen Umständen erfolgen. Auch allein der Verweis, dass die Maßnahmen zur Berücksichtigung des § 11 d Abs. 6 „zu beschreiben“ sind, ist zu vage.

**Absatz 3** sieht vor, dass ein neues Drei-Stufen-Test-Verfahren nunmehr nur bei komplett neuen Angeboten (die bei der Fülle des bereits existierenden Angebots ohnehin kaum mehr zu erwarten sind) und bei „wesentlichen Änderungen eines Telemedienangebots“ durchzuführen wäre. Mit dem Zusatz „wesentlich“ würde der Anwendungsbereich des Drei-Stufen-Tests faktisch

noch weiter reduziert, was letztlich aufgrund mangelnder Anwendungstatbestände des Drei-Stufen-Tests zu einem Kontrollverlust führen würde. Die Gremien hätten dadurch nur noch im Falle eines groben Verstoßes die Möglichkeit zu intervenieren. Vorteilhafter für das gesamte Marktgefüge und die Wirtschaftlichkeit der Anstalten wäre eine frühzeitige Prävention von Grenzüberschreitungen durch die Gremien.

**Absatz 4** beschreibt den Drei-Stufen-Test. Nach **Satz 3** der Entwurfsfassung würden die Auswirkungen des neuen oder veränderten Angebotes nunmehr nur noch mit anderen „frei zugänglichen“ Angeboten verglichen. Damit würde der Vergleich mit sämtlichen Pay-Angeboten wegfallen, welche jedoch häufig gerade aufgrund ihrer Werbefreiheit, ihrer Zielgruppe und ihrer gesamten Darstellung in besonderem Maße mit öffentlich-rechtlichen Angeboten im Wettbewerb stehen. So wurde z.B. der Drei-Stufen-Test zu „kikaninchen.de“ im Rahmen der Bestandsüberführung aller bereits existierenden Online-Angebote von ARD und ZDF nach Einführung des Drei-Stufen-Tests im Haus der Mediengruppe RTL Deutschland am kritischsten betrachtet. Nach Maßgabe der Entwurfsfassung würden nun allerdings die Pay-Angebote von SUPER RTL bei neuen Kika-Angeboten nicht einmal mehr in Betracht gezogen.

- **Beitragsfinanzierte Exklusivangebote auf Drittplattformen müssen unzulässig bleiben. Nicht-exklusive Angebote müssen begründet und in einem Drei-Stufen-Test genehmigt werden.**
- **Der Drei-Stufen-Test muss weiterhin einen realistischen Anwendungsrahmen haben. Er würde ad absurdum geführt und ins Leere laufen, wenn er auf gänzlich neue Angebote oder tatsächlich nur wesentliche Änderungen beschränkt würde. Dies führte zu einem Kontrollverlust der Gremien.**
- **Der Drei-Stufen-Test darf die Betrachtung der Auswirkungen des öffentlich-rechtlichen Angebots keinesfalls nur auf andere „frei zugängliche“ Angebote beschränken. Wir fordern die Streichung von „frei zugänglich“.**

Bei **Absatz 7 Satz 2** muss es jedenfalls auch bei der bisherigen Bestimmung bleiben, die eine Veröffentlichung der Betätigung der Rechtsaufsicht in den amtlichen Verkündungsblättern der betroffenen Länder vorsieht. Würde die Betätigung ausschließlich auf den Internet Seiten der jeweiligen öffentlich-rechtlichen Sender erfolgen, so könnte sich die Frage nach der Außenwirkung und somit Verwaltungsakts-Qualität bzw. Drittwirkung stellen, was in der Folge eine gerichtliche Überprüfbarkeit ggf. erschweren würde. Dies ist abzulehnen, da ein Drittschutz und ein Vorgehen gegen wettbewerbsrelevante Entscheidungen möglich bleiben müssen. Ferner ist bei der Rechtsaufsicht größtmögliche Transparenz geboten, so dass die Art der Veröffentlichung zwar erweitert aber nicht reduziert werden darf.

- **Wir fordern die Beibehaltung der bisherigen Veröffentlichungsregelung bzgl. der Bestätigung der Rechtsaufsicht.**

#### **Anlage 4: Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien**

Die Existenz einer Negativliste sehen wir naturgemäß positiv, würden jedoch eine nicht abschließende Gestaltung („insbesondere“) als konsequent und sinnvoll erachten.

Im Vergleich zur alten Fassung wurde in allen Punkten der Begriff „Portal“ gegen den Begriff „Rubrik“ ersetzt. Wir bewerten es als positiv, dass die Rubriken (als Bestandteil eines bestehenden Angebots) nun verboten sind. Um sicher zu gehen, dass die öffentlich-rechtlichen Anstalten allerdings aus dieser Umformulierung in Verbindung mit der weiter gefassten Beauftragung aus §11 d nicht die Chance ergreifen, nun beispielsweise statt einer Ratgeberrubrik ein eigenständiges Ratgeberportal zu bilden, würden wir vorschlagen, beide Formulierungen in die Negativliste aufzunehmen, d.h. es sollten in allen Punkten sowohl Rubriken als auch Portale verboten werden.

**Ziffer 9** sollte sich nicht auf Wetten beschränken, sondern um Glücksspiele erweitert werden.

In **Ziffer 12** fehlt die Formulierung „Verlinkungen sollen ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung eines Eigeninhalts (auch von Beteiligungsunternehmen) dienen“. Es ist nicht ersichtlich, warum diese Konkretisierungen entfernt wurden, weswegen wir um Wiederaufnahme bitten. Andernfalls bestünde die Gefahr, dass solche Verlinkungen für Vermarktungsaktivitäten zweckentfremdet werden könnten. Außerdem sollte Ziffer 12 um den Passus „sowie jegliche Art von Leadgen- oder Affiliate-Modellen“ ergänzt werden.

**Ziffer 13** soll nun die Möglichkeiten des Musikdownloads erweitern. Wir bleiben bei unserer Linie, wonach ein Musikdownload als Audio- und Video-download insgesamt ausgeschlossen werden muss. Bereits die bisherige Formulierung, die lediglich den Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen ausschloss ging uns nicht weit genug. Die neue Formulierung, die nur noch zeitlich unbefristete, nicht-aktionsbezogene Angebote zum Download untersagt, ließe umso deutlicher umfangreiche Sendungsausschnitte oder gar ganze Sendungsdarbietungen nicht nur aus Eigen- oder Auftragsproduktionen, sondern nun sogar aus Fremdproduktionen zu. Wir fordern darum, Ziffer 13 in ihrer alten Fassung zu erhalten.

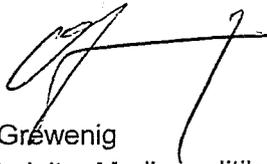
Zusätzlich bitten wir um Aufnahme von **Ziffer 18**: „E-Commerce-Portale und -Rubriken“.

- **Der Begriff des „Portals“ darf nicht durch die „Rubrik“ ersetzt, sondern muss um diese ergänzt werden.**
- **Ziffer 9 muss um das Verbot von Glücksspielen erweitert werden.**
- **In Ziffer 12 müssen Verlinkungen weiterhin zweckgebunden erfolgen und dürfen nicht einer willkürlichen Vermarktung dienen. Außerdem müssen jegliche Art von Leadgen- oder Affiliate-Modellen verboten werden.**

- **Musikdownloads als Audio- und Videodownload müssen insgesamt ausgeschlossen werden.**
- **Die Liste muss um „E-Commerce-Portale und –Rubriken“ ergänzt werden.**

Für Rückfragen stehen wir jederzeit zur Verfügung. Gerne sind wir auch zu einem persönlichen Gespräch bereit.

Mit freundlichen Grüßen



Claus Gräwenig  
Bereichsleiter Medienpolitik