

Telemedienauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Vorschlag der Rundfunkreferenten für eine Online-Konsultation

| Rundfunkstaatsvertrag - RStV | Vorschlag der Rundfunkreferenten für eine Online-Konsultation |
|--|--|
| § 2 Begriffsbestimmungen | § 2 Begriffsbestimmungen |
| <p>(1) ¹Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen. ²Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind. ³Telemedien sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind.</p> | <p>(1) ¹Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen. ²Der Begriff schließt Angebote ein, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind. ³Telemedien sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind.</p> |
| <p>(2) Im Sinne dieses Staatsvertrags ist (...)</p> | <p>(2) Im Sinne dieses Staatsvertrags ist (...)</p> |

| | |
|---|--|
| <p>19. unter sendungsbezogenen Telemedien zu verstehen: Angebote, die der Aufbereitung von Inhalten aus einer konkreten Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Angebote thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützend vertiefen und begleiten, ohne jedoch bereits ein eigenständiges neues oder verändertes Angebot nach § 11f Abs. 3 darzustellen,</p> | <p>19. <u>unter öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten zu verstehen: von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio jeweils nach Maßgabe eines nach § 11 f Abs. 4 durchgeführten Verfahrens angebotene Telemedien, die journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell für das Internet gestaltet sind, Bild, Ton, Bewegtbild, Text und internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten können und diese miteinander verbinden.</u></p> |
| <p>20. ein presseähnliches Angebot nicht nur elektronische Ausgaben von Printmedien, sondern alle journalistisch-redaktionell gestalteten Angebote, die nach Gestaltung und Inhalt Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen.</p> | <p>20. ein presseähnliches <u>Telemedien</u>angebot nicht nur elektronische Ausgaben von Printmedien, sondern alle journalistisch-redaktionell gestalteten Angebote, die nach Gestaltung und Inhalt <u>gedruckten</u> Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen.</p> |
| <p style="text-align: center;">§ 11 a Angebote</p> | <p style="text-align: center;">§ 11 a Angebote</p> |
| <p>(1) ¹Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehprogramme) und Telemedien nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und der jeweiligen landesrechtlichen Regelungen. ²Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann programmbegleitend Druckwerke mit programmbezogenem Inhalt anbieten.</p> | <p>(1) ¹Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind Rundfunkprogramme (Hörfunk- und Fernsehprogramme) und Telemedien<u>angebote</u> nach Maßgabe dieses Staatsvertrages und der jeweiligen landesrechtlichen Regelungen. ²Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann programmbegleitend Druckwerke mit programmbezogenem Inhalt anbieten.</p> |
| <p>(2) Rundfunkprogramme, die über unterschiedliche Übertragungswege zeitgleich verbreitet werden, gelten zahlenmäßig als ein Angebot.</p> | <p>(2) Rundfunkprogramme, die über unterschiedliche Übertragungswege zeitgleich verbreitet werden, gelten zahlenmäßig als ein Angebot.</p> |
| <p style="text-align: center;">§ 11 d Telemedien</p> | <p style="text-align: center;">§ 11 d Telemedien<u>angebote</u></p> |
| <p>(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten Telemedien an, die journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet sind.</p> | <p><u>(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten Telemedienangebote nach Maßgabe des § 2 Abs. 2 Nr. 19 an.</u></p> |

| | |
|--|---|
| <p>(2) ¹Der Auftrag nach Absatz 1 umfasst das Angebot von</p> | <p>(2) ¹Der Auftrag nach Absatz 1 umfasst insbesondere</p> |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Sendungen ihrer Programme auf Abruf bis zu sieben Tage nach deren Ausstrahlung, Sendungen auf Abruf von Großereignissen gemäß § 4 Abs. 2 sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga bis zu 24 Stunden danach, 2. inhaltlich und zeitlich bis zu sieben Tage danach auf eine konkrete Sendung bezogenen Telemedien soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Telemedien thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützend vertiefen und begleiten, ohne jedoch bereits ein eigenständiges Telemedienangebot nach § 11 f Abs. 3 darzustellen; diese sendungsbezogenen Telemedien sind in Telemedienkonzepten entsprechend § 11 f Abs. 1 zu beschreiben; Vorankündigungen sind zulässig, 3. Sendungen und sendungsbezogenen Telemedien nach Ablauf der Fristen nach Nummer 1 1. Halbsatz und Nummer 2 sowie von nichtsendungsbezogenen Telemedien nach Maßgabe eines nach § 11 f durchgeführten Verfahrens; in den Telemedienkonzepten ist angebotsabhängig eine Befristung für die Verweildauer vorzunehmen; nichtsendungsbezogene presseähnliche Angebote sind nicht zulässig und 4. zeitlich unbefristeten Archiven mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten nach Maßgabe der gemäß § 11 f zu erstellenden Telemedienkonzepte. <p>²Im Übrigen bleiben Angebote nach Maßgabe der §§ 16 a bis e unberührt.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sendungen <u>ihrer Programme auf Abruf vor und nach deren Ausstrahlung sowie eigenständige audiovisuelle Inhalte,</u> 2. <u>[Sendungen ihrer Programme auf Abruf von europäischen Werken angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind bis zu 30 Tage nach deren Ausstrahlung,]</u> 3. <u>Sendungen ihrer Programme</u> auf Abruf von Großereignissen gemäß § 4 Abs. 2 sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga bis zu <u>24 Stunden sieben Tagen</u> danach 4. <u>zeit- und kulturgeschichtliche Archive mit informierenden, bildenden und kulturellen Telemedien.</u> <p>²Im Übrigen bleiben Angebote nach Maßgabe der §§ 16 a bis e unberührt.</p> |
| <p>(3) ¹Durch die Telemedienangebote soll allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden. ²Bei sendungsbezo-</p> | <p>(3) ¹Durch die <u>zeitgemäße Gestaltung</u> der Telemedienangebote soll allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten, <u>Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation angeboten</u> sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden.</p> |

genen Telemedien muss der zeitliche und inhaltliche Bezug zu einer bestimmten Sendung im jeweiligen Telemedienangebot ausgewiesen werden.

(4) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten ihre Angebote in elektronischen Portalen an und fassen ihre Programme unter elektronischen Programmführern zusammen.

(5) ¹Werbung und Sponsoring sind in Telemedien nicht zulässig. ²Das Angebot auf Abruf von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, ist nicht zulässig. ³Eine flächendeckende lokale Berichterstattung in Telemedien ist nicht zulässig. ⁴Die in der Anlage zu diesem Staatsvertrag aufgeführten Angebotsformen sind in Telemedien nicht zulässig.

²Diese Gestaltung der Telemedienangebote soll die Belange von Menschen mit Behinderungen besonders berücksichtigen, z. B. in Form von Audiodeskription, Bereitstellung von Manuskripten oder Telemedien in leichter Sprache.

(4) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio bieten ihre Angebote in elektronischen Portalen an und fassen ihre Programme unter elektronischen Programmführern zusammen. ²Soweit dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist, können sie Telemedien auch außerhalb des dafür jeweils eingerichteten eigenen Portals anbieten. ³Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio sollen Telemedien, die aus journalistisch-redaktionellen Gründen dafür geeignet sind, miteinander vernetzen, z. B. durch Verlinkung.

(5) Nicht zulässig sind in Telemedienangeboten:

1. Werbung und Sponsoring,
2. das Angebot auf Abruf von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind [mit Ausnahme der in Abs. 2 Nr. 2 genannten europäischen Werke,]
3. eine flächendeckende lokale Berichterstattung,
4. die in der Anlage zu diesem Staatsvertrag aufgeführten Angebotsformen.

(6) ¹Werden Telemedien von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio außerhalb des von ihnen jeweils eingerichteten eigenen Portals verbreitet, sollen sie für die Einhaltung des Abs. 5 Nr.1 Sorge tragen. ²Durch die Nutzung dieses Verbreitungswegs dürfen sie keine Einnahmen durch Werbung und Sponsoring erzielen.

| | |
|--|--|
| | <p><u>(7) ¹Die Telemedienangebote dürfen nicht presseähnlich sein im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 20. ²Telemedienangebote sind presseähnlich, wenn darin die Telemedien, die überwiegend Text und Bild enthalten und ohne Bezug zu einer Sendung sind, diejenigen Telemedien überwiegen, die</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <u>1. einen Bezug zu einer Sendung aufweisen,</u> <u>2. überwiegend Ton, Bewegtbild oder internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten oder</u> <u>3. Angebotsübersichten, Schlagzeilen, Informationen über die jeweilige Rundfunkanstalt und Maßnahmen zum Zweck der Barrierefreiheit darstellen.</u> <p><u>³Der Bezug zu einer Sendung besteht nur bei Telemedien, die der Aufbereitung, Dokumentation oder Aktualisierung einer bestimmten Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen, soweit dabei auf für diese Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen und diese Sendung dadurch thematisch und inhaltlich unterstützend vertieft und begleitet wird und die Rundfunkanstalt im Einzelfall diesen Bezug zu einer Sendung in ihrem Telemedienangebot eindeutig und leicht auffindbar ausweist.</u></p> |
| <p>§ 11 e Satzungen, Richtlinien, Berichtspflichten</p> | <p>§ 11 e Satzungen, Richtlinien, Berichtspflichten</p> |
| <p>(1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio erlassen jeweils Satzungen oder Richtlinien zur näheren Durchführung ihres jeweiligen Auftrags sowie für das Verfahren zur Erstellung von Angebotskonzepten und das Verfahren für neue oder veränderte Telemedien. ²Die Satzungen oder Richtlinien enthalten auch Regelungen zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Gremienentscheidungen. ³Die Satzungen oder Richtlinien sind in den amtlichen Verkündungsblättern der Länder zu veröffentlichen.</p> | <p>(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio erlassen jeweils Satzungen oder Richtlinien zur näheren Durchführung ihres jeweiligen Auftrags sowie für das Verfahren zur Erstellung von <u>Konzepten für Telemedienangebote</u> und das Verfahren für neue <u>Telemedienangebote oder wesentliche Änderungen</u>. ²Die Satzungen oder Richtlinien enthalten auch Regelungen zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Gremienentscheidungen. ³Die Satzungen oder Richtlinien <u>sind im Internetauftritt der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF oder des Deutschlandradio in den amtlichen Verkündungsblättern der Länder</u> zu veröffentlichen.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>(2) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio veröffentlichen alle zwei Jahre, erstmals am 1. Oktober 2004, einen Bericht über die Erfüllung ihres jeweiligen Auftrages, über die Qualität und Quantität der bestehenden Angebote sowie die Schwerpunkte der jeweils geplanten Angebote.</p> | <p>(2) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio veröffentlichen alle zwei Jahre, erst- mals am 1. Oktober 2004, einen Bericht über die Erfüllung ihres jeweiligen Auftrages, über die Qualität und Quantität der bestehenden Angebote sowie die Schwerpunkte der jeweils geplanten Angebote.</p> |
| <p style="text-align: center;">§ 11 f Telemedienkonzepte sowie neue oder veränderte Telemedien</p> | <p style="text-align: center;">§ 11 f Telemedienkonzepte</p> |
| <p>(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio konkretisieren die inhaltliche Ausrichtung ihrer Telemedien nach § 11 d Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 und 4 jeweils in Telemedienkonzepten, die Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauer der geplanten Angebote näher beschreiben.</p> | <p>(1) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio konkretisieren die inhaltliche Ausrichtung ihrer <u>geplanten Telemedienangebote</u> nach <u>§ 11 d</u> jeweils in Telemedienkonzepten, <u>die Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung, Verweildauer, die Verwendung internetspezifischer Gestaltungsmittel sowie die Maßnahmen zur Einhaltung des § 11 d Abs. 7 Satz 1 näher beschreiben.</u> ²<u>Es sind angebotsabhängige differenzierte Befristungen für die Verweildauern vorzunehmen mit Ausnahme der Archive nach § 11 d Abs. 2 Nr. 4, die unbefristet zulässig sind.</u> ³<u>Sollen Telemedien auch außerhalb des eingerichteten eigenen Portals angeboten werden, ist dies zu begründen. Die insoweit vorgesehenen Maßnahmen zur Berücksichtigung des Jugendmedienschutzes, des Datenschutzes sowie des § 11 d Abs. 6 Satz 1 sind zu beschreiben.</u></p> |
| <p>(2) Die Beschreibung aller Telemedien muss einer Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF ermöglichen.</p> | <p>(2) Die Beschreibung aller Telemedien<u>angebote</u> muss einer Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF ermöglichen.</p> |
| <p>(3) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio legen in den Satzungen oder Richtlinien übereinstimmende Kriterien fest, die sie in jedem Einzelfall bei der Entscheidung der Frage anzuwenden haben, in welchen Fällen ein neues oder verändertes Telemedienangebot vorliegt, das nach dem nachstehenden Verfahren zu prüfen ist. ²Ein verändertes Angebot liegt insbesondere vor, wenn die inhaltliche Gesamtausrichtung des Angebots oder die angestrebte Zielgruppe verändert wird.</p> | <p>(3) ¹Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio legen in den Satzungen oder Richtlinien übereinstimmende Kriterien fest, die sie in jedem Einzelfall bei der Entscheidung der Frage anzuwenden haben, in welchen Fällen ein neues oder <u>die wesentliche Änderung eines Telemedienangebots</u> vorliegt, das nach dem nachstehenden Verfahren <u>der Absätze 4 bis 7</u> zu prüfen ist. ²Eine <u>wesentliche Änderung verändertes Telemedienangebot</u></p> |

| | |
|---|--|
| | <p>liegt insbesondere vor, wenn die inhaltliche Gesamtausrichtung des <u>Telemedienangebots</u> oder die angestrebte Zielgruppe verändert wird. ³<u>Das Verfahren der Absätze 4 bis 7 bezieht sich bei wesentlichen Änderungen allein auf die Abweichungen von den bisher veröffentlichten Telemedienkonzepten.</u></p> |
| <p>(4) ¹Ist ein neues Angebot oder die Veränderung eines bestehenden Angebots nach Absatz 1 geplant, hat die Rundfunkanstalt gegenüber ihrem zuständigen Gremium darzulegen, dass das geplante, neue oder veränderte, Angebot vom Auftrag umfasst ist. ²Es sind Aussagen darüber zu treffen,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. inwieweit das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht, 2. in welchem Umfang durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird und 3. welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist. <p>³Dabei sind Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote, die marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots sowie dessen meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen. ⁴Darzulegen ist der voraussichtliche Zeitraum, innerhalb dessen das Angebot stattfinden soll.</p> | <p>(4) ¹Ist ein neues <u>Telemedienangebot</u> nach <u>Absatz 1</u> oder die <u>wesentliche Änderung Veränderung</u> eines bestehenden <u>Telemedienangebots</u> nach Absatz 4 <u>3</u> geplant, hat die Rundfunkanstalt gegenüber ihrem zuständigen Gremium darzulegen, dass das geplante, neue <u>Telemedienangebot</u> <u>oder die wesentliche Änderung</u> oder veränderte vom Auftrag umfasst ist. ²Es sind Aussagen darüber zu treffen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. inwieweit das <u>neue Telemedienangebot</u> <u>oder die wesentliche Änderung</u> den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht, 2. in welchem Umfang durch das <u>neue Telemedienangebot</u> <u>oder die wesentliche Änderung</u> in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird und 3. welcher finanzielle Aufwand für das <u>neue Telemedienangebot</u> <u>oder die wesentliche Änderung</u> erforderlich ist. <p>³Dabei sind Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen <u>Telemedienangebote</u>, die marktlichen Auswirkungen des geplanten, <u>neuen Telemedienangebots</u> <u>oder der wesentlichen Änderung</u> <u>sowie jeweils deren dessen</u> meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer <u>frei zugänglicher Telemedienangebote</u>, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen. ⁴Darzulegen ist der voraussichtliche Zeitraum, innerhalb dessen das Telemedienangebot stattfinden soll.</p> |
| <p>(5) ¹Zu den Anforderungen des Absatzes 4 ist vor Aufnahme eines neuen oder veränderten Angebots durch das zuständige Gremium Dritten in geeigneter Weise, insbesondere im Internet, Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. ²Die Gelegenheit zur Stellungnahme besteht innerhalb einer Frist von mindestens sechs Wochen nach Veröffentlichung des</p> | <p>(5) ¹Zu den Anforderungen des Absatzes 4 ist vor Aufnahme eines neuen oder einer <u>Telemedienangebots</u> <u>oder einer wesentlichen Änderung</u> durch das zuständige Gremium Dritten in geeigneter Weise, insbesondere im Internet, Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. ²Die Gelegenheit zur Stellungnahme besteht innerhalb einer Frist von mindestens</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Vorhabens. ³Das zuständige Gremium der Rundfunkanstalt hat die eingegangenen Stellungnahmen zu prüfen. ⁴Das zuständige Gremium kann zur Entscheidungsbildung gutachterliche Beratung durch unabhängige Sachverständige auf Kosten der jeweiligen Rundfunkanstalt in Auftrag geben; zu den marktlichen Auswirkungen ist gutachterliche Beratung hinzuzuziehen. ⁵Der Name des Gutachters ist bekanntzugeben. ⁶Der Gutachter kann weitere Auskünfte und Stellungnahmen einholen; ihm können Stellungnahmen unmittelbar übersandt werden.</p> | <p>sechs Wochen nach Veröffentlichung des Vorhabens. ³Das zuständige Gremium der Rundfunkanstalt hat die eingegangenen Stellungnahmen zu prüfen. ⁴Das zuständige Gremium kann zur Entscheidungsbildung gutachterliche Beratung durch unabhängige Sachverständige auf Kosten der jeweiligen Rundfunkanstalt in Auftrag geben; zu den marktlichen Auswirkungen ist gutachterliche Beratung hinzuzuziehen. ⁵Der Name des Gutachters ist bekanntzugeben. ⁶Der Gutachter kann weitere Auskünfte und Stellungnahmen einholen; ihm können Stellungnahmen unmittelbar übersandt werden.</p> |
| <p>(6) ¹Die Entscheidung, ob die Aufnahme eines neuen oder veränderten Angebots den Voraussetzungen des Absatzes 4 entspricht, bedarf der Mehrheit von zwei Dritteln der anwesenden Mitglieder, mindestens der Mehrheit der gesetzlichen Mitglieder des zuständigen Gremiums. ²Die Entscheidung ist zu begründen. ³In den Entscheidungsgründen muss unter Berücksichtigung der eingegangenen Stellungnahmen und eingeholten Gutachten dargelegt werden, ob das neue oder veränderte Angebot vom Auftrag umfasst ist. ⁴Die jeweilige Rundfunkanstalt hat das Ergebnis ihrer Prüfung einschließlich der eingeholten Gutachten unter Wahrung von Geschäftsgeheimnissen in gleicher Weise wie die Veröffentlichung des Vorhabens bekannt zu machen.</p> | <p>(6) ¹Die Entscheidung, ob die Aufnahme eines neuen <u>Telemediangebots</u> <u>oder einer wesentlichen Änderung veränderten</u> den Voraussetzungen des Absatzes 4 entspricht, bedarf der Mehrheit von zwei Dritteln der anwesenden Mitglieder, mindestens der Mehrheit der gesetzlichen Mitglieder des zuständigen Gremiums. ²Die Entscheidung ist zu begründen. ³In den Entscheidungsgründen muss unter Berücksichtigung der eingegangenen Stellungnahmen und eingeholten Gutachten dargelegt werden, ob das neue <u>Telemediangebot</u> <u>oder die wesentliche Änderung veränderte</u> vom Auftrag umfasst ist. ⁴Die jeweilige Rundfunkanstalt hat das Ergebnis ihrer Prüfung einschließlich der eingeholten Gutachten unter Wahrung von Geschäftsgeheimnissen in gleicher Weise wie die Veröffentlichung des Vorhabens bekannt zu machen.</p> |
| <p>(7) ¹Der für die Rechtsaufsicht zuständigen Behörde sind vor der Veröffentlichung alle für eine rechtsaufsichtliche Prüfung notwendigen Auskünfte zu erteilen und Unterlagen zu übermitteln. ²Nach Abschluss des Verfahrens nach Absatz 5 und 6 und nach Prüfung durch die für die Rechtsaufsicht zuständige Behörde ist die Beschreibung des neuen oder veränderten Angebots in den amtlichen Verkündungsblättern der betroffenen Länder zu veröffentlichen.</p> | <p>(7) ¹Der für die Rechtsaufsicht zuständigen Behörde sind vor der Veröffentlichung alle für eine rechtsaufsichtliche Prüfung notwendigen Auskünfte zu erteilen und Unterlagen zu übermitteln. ²Nach Abschluss des Verfahrens nach Absatz 5 und 6 und nach Prüfung durch die für die Rechtsaufsicht zuständige Behörde ist die Beschreibung des neuen <u>Telemediangebots</u> <u>oder der wesentlichen Änderung im Internetauftritt der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF oder des Deutschlandradio in den amtlichen Verkündungsblättern der betroffenen Länder zu</u> veröffentlichen.</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>Übergangsbestimmung</p> <p>¹Die zum ...[Stichtag / Inkrafttreten des ...Rundfunkänderungsstaatsvertrages] nach § 11 Abs. 7 veröffentlichten Telemedienkonzepte bleiben unberührt.</p> |
| <p>Anlage 4 (zu § 11d Abs. 5 Satz 4 des Rundfunkstaatsvertrages)</p> <p>Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anzeigenportale, Anzeigen oder Kleinanzeigen, 2. Branchenregister und -verzeichnisse, 3. Preisvergleichsportale sowie Berechnungsprogramme (z. B. Preisrechner, Versicherungsrechner), 4. Bewertungsportale für Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkte, 5. Partner-, Kontakt-, Stellen-, Tauschbörsen, 6. Ratgeberportale ohne Sendungsbezug, 7. Business-Networks, 8. Telekommunikationsdienstleistungen im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes, 9. Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches, 10. Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich, 11. Routenplaner, 12. Verlinkung ohne redaktionelle Prüfung; Verlinkungen sollen ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung eines Eigeninhalts (auch von Beteiligungsunternehmen) dienen und nicht unmittelbar zu Kaufaufforderungen führen, 13. Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen, 14. Spieleangebote ohne Sendungsbezug, 15. Fotodownload ohne Sendungsbezug, 16. Veranstaltungskalender (sendungsbezogene Hinweise auf Veranstaltungen sind zulässig), | <p>Anlage 4 (zu § 11d Abs. 5 Nr. 4 des Rundfunkstaatsvertrages)</p> <p>Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anzeigenrubriken, Anzeigen oder Kleinanzeigen, 2. Branchenregister und -verzeichnisse, 3. Preisvergleichsrubriken sowie Berechnungsprogramme (zum Beispiel Preisrechner, Versicherungsrechner), 4. Rubriken für die Bewertung von Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkten, 5. Partner-, Kontakt-, Stellen-, Tauschbörsen, 6. Ratgeberrubriken ohne Bezug zu Sendungen, 7. Business-Networks, 8. Telekommunikationsdienste im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes, 9. Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches, 10. Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich, 11. Routenplaner, 12. Verlinkungen ohne redaktionelle Prüfung und Verlinkungen, die unmittelbar zu Kaufaufforderungen führen, 13. Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen, soweit es sich um ein zeitlich unbefristetes nicht-aktionsbezogenes Angebot zum Download von Musiktiteln handelt, 14. Spieleangebote ohne Bezug zu einer Sendung, 15. Fotodownload ohne Bezug zu einer Sendung, 16. Veranstaltungskalender (auf eine Sendung bezogene Hinweise auf Veranstaltungen sind zulässig), |

17. Foren, Chats ohne Sendungsbezug und redaktionelle Begleitung; Foren, Chats unter Programm- oder Sendermarken sind zulässig. Foren und Chats dürfen nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.

17. Foren und Chats ohne Bezug zu Sendungen und redaktionelle Begleitung. Foren, Chats unter Programm- oder Sendermarken sind zulässig. Foren und Chats dürfen nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.