

**643. Sitzung des WDR-Rundfunkrats am 21. September 2022**

**BESCHLUSS**

**TOP 7      Abschließende Beratung zum Telemedienänderungskonzept sportschau.de**

Der WDR-Rundfunkrat nimmt folgende Unterlagen zur Kenntnis:

- das Telemedienänderungskonzept (TMÄK) in der Fassung von September 2021,
- die Genehmigungsvorlage des Intendanten vom 28. September 2021,
- die Stellungnahmen Dritter,
- das marktökonomische Gutachten der Goldmedia GmbH Strategy Consulting,
- die Kommentierungen des Intendanten zu den Stellungnahmen und zum marktökonomischen Gutachten
- die Beschlussempfehlung der GVK vom 22. Juli 2022 sowie die Stellungnahme des ARD-Programmbeirats vom 22. Juni 2022.

Nach umfassender Beratung stellt der WDR-Rundfunkrat gemäß § 32 Abs. 4 bis 7 MStV fest, dass die wesentlichen Änderungen des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de gemäß dem TMÄK in der Fassung von September 2021 den Voraussetzungen des § 32 Abs. 4 MStV entsprechen und vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst sind.

Die Feststellung der Genehmigungsfähigkeit der wesentlichen Änderungen beruht auf der vorgelegten Entscheidungsbegründung gemäß § 32 Abs. 6 Satz 2 und 3 MStV (siehe Anlage „Entscheidungsbegründung“).

**Dieser Beschluss einschließlich der Entscheidungsbegründung wird veröffentlicht.**

\* \* \*

Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks

# Vorlage zur Genehmigung des Telemedienänderungskonzepts für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de

- Entscheidungsbegründung -

TMÄK vorgelegt am 28. September 2021

Dreistufentest-Verfahren 2021 / 2022

## Inhaltsverzeichnis

<b>A) Sachverhalt.....</b>	<b>1</b>
1. Gesetzliche und satzungsrechtliche Rahmenbedingungen.....	1
2. Das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de.....	3
3. Prüfungsgegenstand: Telemedienänderungskonzept für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de.....	4
3.1 Eigenständige Audio- und Videoinhalte („Online Only“) .....	4
3.2 Audiovisuelle Angebote vor der Ausstrahlung im linearen Bereich („Online First“).....	5
3.3 Rolle und Bedeutung von Online- und Drittplattformen .....	5
3.4 Verweildauerkonzept .....	6
4. Gang des bisherigen Verfahrens.....	7
4.1 Verlauf der Beratungen im Rundfunkrat .....	7
4.2 Stellungnahmen Dritter und Kommentierung durch den Intendanten .....	8
4.3 Gutachten zu den Auswirkungen der wesentlichen Änderungen des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de auf alle relevanten Märkte .....	9
<b>B) Materielle Prüfung der Voraussetzungen des § 32 Abs. 4 MStV.....</b>	<b>9</b>
1. Prüfstufen und -verfahren im Dreistufentest.....	9
2. Kritik aus den Stellungnahmen Dritter .....	10
2.1 Gesamtbewertung des TMÄK und der wesentlichen Änderungen.....	10
2.2 ...zum Abstraktionsgrad des TMÄK... .....	10
2.3 ...zur Darstellung von marktverzerrenden Wirkungen im TMÄK... .....	11
2.4 ...zu nicht prüfungsgegenständlichen Aspekten... .....	12
2.4.1 Vernetzung.....	12
2.4.2 Freie Lizenzen .....	13
2.4.3 Personalisierung / Algorithmen auf eigenen Plattformen .....	14
2.4.4 Vergütung von Urheber*innen.....	15
2.4.5 Sonstiges .....	15
2.5 Bewertung des Rundfunkrats .....	15
3. GVK-Beschlussempfehlung und Stellungnahme des ARD-Programmbeirats .....	16
3.1 Allgemein .....	16

3.2.	Online Only / Online First .....	17
3.3	Drittplattformen .....	18
3.4	Verweildauern .....	19
3.5	Zum publizistischen Wettbewerb und den marktlichen Auswirkungen .....	20
3.6	Zum finanziellen Aufwand .....	20
4.	Erste Stufe: Entsprechen die wesentlichen Änderungen den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft? .....	20
4.1	Allgemeine und telemedienspezifische Anforderungen §§ 26, 30 MStV.....	20
4.1.1	Ausführungen im TMÄK.....	20
4.1.2	Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten .....	22
4.1.2.1	Allgemein .....	22
4.1.2.2	Online Only .....	23
4.1.2.3	Drittplattformen .....	24
4.1.2.4	Verweildauern .....	26
4.1.3	Bewertung des Rundfunkrats .....	28
4.2	Prüfung auf Verstoß gegen gesetzliche Ge- und Verbote .....	32
4.2.1	Barrierefreiheit .....	32
4.2.2	Verbot der Presseähnlichkeit .....	32
4.2.3	Verbot flächendeckender lokaler Berichterstattung.....	33
4.2.4	Verbot von Werbung mit Ausnahme von Produktplatzierung.....	34
4.2.5	Verbotene Angebotsformen gem. der sog. Negativliste, hier: Nr. 14, nicht-sendungsbezogene Spiele .....	36
4.3	Zusammenfassung des Prüfergebnisses auf Stufe 1 .....	37
5.	Zweite Stufe: In welchem Umfang tragen die wesentlichen Änderungen in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei?.....	38
5.1	Berücksichtigung der Auswirkungen auf alle relevanten Märkte (§ 32 Abs. 4 Satz 3, Abs. 5 Satz 4 MStV).....	38
5.1.1	Gutachten Goldmedia.....	38
5.1.2	Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten .....	39
5.1.3	Kommentierung des marktlichen Gutachtens durch den Intendanten .....	41
5.2	Publizistischer Beitrag der wesentlichen Änderungen des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de in qualitativer Hinsicht.....	41
5.2.1	Ausführungen im TMÄK.....	41
5.2.2	Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten .....	42

5.2.3	Bestimmung des publizistischen Nutzens durch den Rundfunkrat.....	43
5.3	Zusammenfassung des Prüfergebnisses auf Stufe 2 .....	46
6.	Dritte Stufe: Welcher finanzielle Aufwand ist für das Angebot erforderlich? .....	49
6.1	Ausführungen im TMÄK.....	49
6.2	Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten .....	51
6.3	Bewertung des Rundfunkrats .....	52
6.4	Zusammenfassung des Prüfergebnisses auf Stufe 3 .....	53
7.	Gesamtergebnis der Prüfung.....	53
<b>C)</b>	<b>Erwartungen an Rahmenbedingungen und Transparenz der Fortentwicklung des ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de .....</b>	<b>53</b>

## A) Sachverhalt

### 1. Gesetzliche und satzungsrechtliche Rahmenbedingungen

Der Rundfunkrat des WDR ist nach § 32 Abs. 4 bis 7 Medienstaatsvertrag (MStV) für die Entscheidung zuständig, ob die Aufnahme eines neuen Telemedienangebots oder einer wesentlichen Änderung vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst ist. Der WDR ist innerhalb der ARD federführend für das Gemeinschaftsangebot sportschau.de zuständig. Daher liegt die Verantwortung für die Durchführung des Dreistufentests (im Folgenden: DST) für sportschau.de beim WDR-Rundfunkrat.

Ist ein neues Telemedienangebot nach § 32 Abs. 1 MStV oder die wesentliche Änderung eines bestehenden Telemedienangebots nach § 32 Abs. 3 MStV geplant, hat die Rundfunkanstalt – hier der WDR – gegenüber ihrem zuständigen Gremium – hier der Rundfunkrat des WDR – darzulegen, dass das geplante, neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung vom Auftrag umfasst ist. Es sind Aussagen darüber zu treffen,

1. inwieweit das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht;
2. in welchem Umfang durch das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird;
3. welcher finanzielle Aufwand für das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung erforderlich ist.

Dabei sind Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Telemedienangebote, die Auswirkungen auf alle relevanten Märkte des geplanten, neuen Telemedienangebots oder der wesentlichen Änderung sowie jeweils deren meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer frei zugänglicher Telemedienangebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu berücksichtigen.

Zu diesen aus § 32 Abs. 4 MStV folgenden Anforderungen ist vor Aufnahme eines neuen Telemedienangebots oder einer wesentlichen Änderung durch das zuständige Gremium Dritten in geeigneter Weise, insbesondere im Internet, Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Diese Gelegenheit zur Stellungnahme besteht innerhalb einer Frist von mindestens sechs Wochen nach Veröffentlichung des Vorhabens. Das zuständige Gremium der Rundfunkanstalt kann zur Entscheidungsbildung gutachterliche Beratung durch unabhängige Sachverständige auf Kosten der jeweiligen Rundfunkanstalt in Auftrag geben. Zu den Auswirkungen auf alle relevanten Märkte ist gutachterliche Beratung hinzuziehen. Der Name des Gutachters ist bekanntzugeben. Der Gutachter kann weitere Auskünfte und Stellungnahme einholen; ihm können Stellungnahme unmittelbar übersandt werden.

Nähere Einzelheiten dieses Verfahrens sind hinsichtlich der ARD-Gemeinschaftsangebote bzw. wesentlicher Änderungen dieser Telemedienangebote in der Satzung „ARD-Genehmigungsverfahren für neue oder wesentlich veränderte Gemeinschaftsangebote von Telemedien“ (ARD-Telemediensatzung)“ vom 10.07.2020 (in Kraft getreten am 20.08.2020) geregelt.

Die Entscheidung, ob die Aufnahme eines neuen Telemedienangebots oder einer wesentlichen Änderung den oben genannten Voraussetzungen des § 32 Abs. 4 MStV entspricht, bedarf nach § 32 Abs. 6 MStV der Mehrheit von zwei Dritteln der anwesenden Mitglieder, mindestens der Mehrheit der gesetzlichen Mitglieder des zuständigen Gremiums, vorliegend also des WDR-Rundfunkrats. Die Entscheidung ist zu begründen. In den Entscheidungsgründen muss unter Berücksichtigung der eingegangenen Stellungnahmen und eingeholten Gutachten dargelegt werden, dass das neue Telemedienangebot oder die wesentliche Änderung vom Auftrag umfasst ist. Die 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.

Nach Abschluss des beschriebenen Verfahrens erfolgt gemäß § 32 Abs. 7 MStV eine Prüfung der für die Rechtsaufsicht zuständigen Behörde. Hierbei handelt es sich vorliegend um den Ministerpräsidenten bzw. die Staatskanzlei NRW als Behörde des Ministerpräsidenten.

Für das Verfahren nach § 32 Abs. 4 bis 7 MStV ist von Bedeutung, ob Gegenstand dieses Verfahrens ein geplantes neues Telemedienangebot oder – wie hier – eine bzw. mehrere wesentliche Änderungen eines bereits bestehenden Telemedienangebots ist, das bereits einen DST durchlaufen hat. Stehen „nur“ eine oder mehrere wesentliche Änderungen bereits genehmigter Telemedienkonzepte in Rede, stellt § 32 Abs. 3 Satz 3 MStV klar, dass sich das Verfahren nach § 32 Abs. 4 bis 7 MStV allein auf die Abweichungen von den bisher veröffentlichten Telemedienkonzepten bezieht. Prüfungsgegenstand des DST sind in einem solchen Fall mithin allein die wesentlichen Änderungen, nicht das Telemedienangebot bzw. das bereits veröffentlichte Telemedienkonzept als Ganzes.

Die wesentlichen Änderungen, die Gegenstand des vorliegend zur Prüfung anstehenden Telemedienänderungskonzepts (im Folgenden auch: TMÄK) für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de sind, stehen in einem Zusammenhang zu dem am 01.05.2019 in Kraft getretenen 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, mit dem der bisherige Telemedienauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks novelliert wurde (siehe auch TMÄK, S. 3, 6 ff.). Danach zählen zum öffentlich-rechtlichen Telemedienauftrag nunmehr insbesondere

- Sendungen auf Abruf vor („online first“) und nach deren Ausstrahlung sowie eigenständige audiovisuelle Inhalte („online only“), § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 MStV;
- Sendungen auf Abruf von europäischen Werken angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehproduktionen, die keine Auftragsproduktionen sind, bis zu 30 Tage nach deren Ausstrahlung, wobei die Abrufmöglichkeit grundsätzlich auf Deutschland zu beschränken ist, § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 MStV;

- Sendungen von Programmen auf Abruf von Großereignissen und Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga bis zu sieben Tage danach, § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 MStV;
- zeit- und kulturgeschichtliche Archive mit informierenden, bildenden und kulturellen Telemedien, § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 MStV;
- das Angebot von Telemedien auch außerhalb des dafür jeweils eingerichteten Portals, soweit dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist (sog. Präsenz auf Drittplattformen), § 30 Abs. 4 Satz 2 MStV.

Mit dieser Neufassung des öffentlich-rechtlichen Telemedienauftrags verbunden war auch eine Änderung der Regelung der Verweildauern, vgl. insb. §§ 30 Abs. 2 Nr. 3 bis 4, 32 Abs. 1 Satz 1 und 2 MStV.

Weitere Vorgaben für die öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote aus den §§ 30 ff. MStV treten hinzu und werden – soweit vorliegend relevant – im weiteren Verlauf dieser Vorlage erörtert.

## 2. [Das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de](#)

Das Online-Angebot sportschau.de stellt (neben der ARD Mediathek, ARD Audiothek, tageschau.de und KiKA.de) eine der fünf großen Online-Gemeinschaftseinrichtungen der ARD (sog. „Big Five“) dar und wird vom WDR redaktionell verantwortet. Die sportschau.de-Website und die mobile Sportschau-App sind die zentralen digitalen Portale für die Abbildung des Sports innerhalb der ARD.

Sportschau.de bietet journalistisch aufbereitete aktuelle, umfassende und von kommerziellen Überlegungen unabhängige Informationen zu allen Aspekten des Sports. Die Nutzer\*innen finden auf sportschau.de sowohl Sport-Nachrichten als auch erläuternde und vertiefende Hintergrundberichte und Live-Berichterstattung. Sportschau.de hat den Anspruch, die ganze Vielfalt des Sportgeschehens abzubilden – vom Spitzen- bis zum Breiten- und Parasport. Sportpolitische und investigative sowie hintergründige Themen wie z.B. Doping und die gesellschaftspolitische Relevanz des Sports spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

Die Redaktion präsentiert auf sportschau.de und der Sportschau-App textbasierte Nachrichten (inkl. News-Ticker) und Hintergrundinformationen zu vielen verschiedenen Sportarten. Eine Reihe von Beiträgen werden dabei auch von den Sportredaktionen der einzelnen Landesrundfunkanstalten übernommen.

Darüber hinaus können im Video-Bereich des Web-Portals und der App sowie im Sport/Sportschau-Kanal auf der ARD-Mediathek viele Einzelbeiträge mit Zusammenfassungen zu sportlichen Ereignissen abgerufen werden. Je nach Art und Form von Übertragungsrechten präsentiert die ARD auf sportschau.de verschiedene Sportarten in verschiedenen Formaten, so aktuell z.B.:

- Fußball-Bundesliga und DFB-Pokal
- Deutsche Eishockey-Liga (DEL) und Deutsche Handball-Liga (HBL)



- Wintersportarten: Skispringen, Ski Alpin, Nordische Kombination, Langlauf, Biathlon, Bob, Rodeln, Eisschnelllauf
- Sommersportarten: Leichtathletik, Schwimmen, Handball EM/WM, Radsport, Reiten
- Hinzu kommt die Berichterstattung zu Sportgroßveranstaltungen wie WM und EM, Olympische Sommerspiele und Olympische Winterspiele.

Unter der Rubrik „Regional“ versammelt sportschau.de Sportnachrichten aus den Bundesländern, gestützt vor allem durch Hörfunkbeiträge und teilweise auch TV-Beiträge aus den Dritten Programmen der Landesrundfunkanstalten.

Das Audio-Angebot von sportschau.de kann unterteilt werden in Simulcast-Übertragungen von Radioprogrammen, Webradio-Angebote und Podcasts, die zeitunabhängig, also on demand abrufbar sind. Seit jeher produziert die Sportschau-Redaktion am Samstag die „Bundesligakonferenz“, die von den einzelnen Landesrundfunkanstalten (im Folgenden auch: LRA) auf jeweils einer Hörfunkwelle übernommen wird und zugleich als Simulcast Audio-Stream im Netz abrufbar ist. Neben diesem Simulcast-Angebot produzierte die Sportschau in der Vergangenheit weitere Webradiostreams für die Live-Audio-Berichterstattung zu sportlichen Großveranstaltungen wie den Olympischen Spielen. Hinzu kommen mehrere Online-Only-Podcast-Angebote. Sportschau-Podcasts sind sowohl auf sportschau.de, der Sportschau-App und der ARD Audiothek als auch auf Audio-Plattformen wie Spotify und über Podcast-Player (sog. „Podcatcher“) abrufbar.

### 3. Prüfungsgegenstand: Telemedienänderungskonzept für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de

Der Intendant hat dem Rundfunkrat das TMÄK für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de zum 28.09.2021 vorgelegt. Dieses ergänzt bzw. ändert lediglich die entsprechenden Teile des bestehenden Konzeptes für das Internetangebot von sportschau.de vom 13.07.2010. Im Übrigen behält das genannte Telemedienkonzept seine Gültigkeit.

Der Rundfunkrat hat am 28.09.2021 beschlossen, zu dem vorgelegten TMÄK für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de ein Genehmigungsverfahren gem. § 32 Abs. 4 bis 7 MStV i. V. m. der ARD-Telemediensatzung hinsichtlich folgender wesentlicher Änderungen des 2010 genehmigten Telemedienkonzeptes einzuleiten:

#### 3.1 Eigenständige Audio- und Videoinhalte („Online Only“)

Gemäß § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 Alt. 2 MStV umfasst der öffentlich-rechtliche Telemedienauftrag u.a. der LRA das Vorhalten eigenständiger audiovisueller Inhalte in Telemedienangeboten. Diese werden unabhängig von den linearen Angebotsteilen entwickelt und formatgerecht gestaltet, zum Beispiel durch plattformspezifische Gestaltungsmittel und differierende Angebotslängen. Die LRA haben bisher lediglich den vorhandenen telemedienrechtlichen Rahmen für ausgewählte Online-Only-Formate genutzt, insbesondere für interaktive Formate.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf die Ausführungen in Kapitel 4.1 (S. 29 f.) des TMÄK Bezug genommen.

### 3.2 Audiovisuelle Angebote vor der Ausstrahlung im linearen Bereich („Online First“)

Über das Erstellen und Vorhalten von eigenständigen audiovisuellen Inhalten hinaus ist es den LRA ebenfalls möglich, Inhalte des linearen Programms bereits vor deren Ausstrahlung auf Abruf digital anzubieten (vgl. § 30 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 Alt. 1 MStV). Im Unterschied zu Online-Only-Inhalten bleibt in diesen Fällen die lineare Nachnutzung erhalten.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf die Ausführungen in Kapitel 4.2 (S. 30) des TMÄK verwiesen.

### 3.3 Rolle und Bedeutung von Online- und Drittplattformen

Unter den Voraussetzungen des § 30 Abs. 4 Satz 2 MStV und der Begründungspflicht des § 32 Abs. 1 Satz 3 MStV dürfen Inhalte auch auf Drittplattformen angeboten werden. Voraussetzung für eine solche Nutzung von Drittplattformen zur Verbreitung des sendereigenen digitalen Angebots ist, dass dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist. Diese Auftragskonkretisierung eröffnet die Möglichkeit, noch umfassender als zuvor Inhalte und Angebote der LRA und von Gemeinschaftseinrichtungen über Drittplattformen zu verbreiten. Diese Erweiterung unterliegt jedoch erwähnten staatsvertraglichen Verpflichtungen.

Der aus § 32 Abs. 1 Satz 3 MStV folgenden Begründungspflicht ist der WDR als für sportchau.de federführende LRA bislang im Rahmen der „Richtlinien für die Verbreitung von WDR-Telemedieninhalten auf Drittplattformen“ nachgekommen, denen der WDR-Rundfunkrat am 10.10.2020 zugestimmt hat. Dort ist vorgesehen, dass die Bestimmungen auch für ARD-Gemeinschaftsangebote gelten (siehe TMÄK, S. 9).

Laut TMÄK legen die Angebote im digitalen Portfolio der ARD (tagesschau.de, sportchau.de, KiKA.de, ARD Mediathek und ARD Audiothek) den Schwerpunkt auf ihre eigenen Plattformen. Es sei aber unverzichtbar, Inhalte auf sozialen Medien und Drittplattformen zu präsentieren, um möglichst viele Menschen, möglichst die ganze Gesellschaft zu erreichen. Nutzer\*innen-Gruppen, die sich in ihrer Mediennutzung fast ausschließlich auf bestimmten Plattformen bewegen, seien auch für die ARD nur dort erreichbar. Diese Ansprache auf den Drittplattformen sei von besonderer Bedeutung, weil gerade die nach journalistischen Qualitätskriterien erstellten und nachprüfbaren Informationen der öffentlich-rechtlichen Anbieter einen wesentlichen Beitrag zur Versachlichung von Diskussionen leisten und helfen könnten, Behauptungen zu verifizieren, zu falsifizieren und einzuordnen. Plattformspezifische Inhalte unterstützten den konstruktiven, intensiven Austausch mit der Community. „Community Building“ und „Community Management“ seien wesentliche Elemente für die Distribution von Inhalten und die Bindung von Nutzer\*innen an die ARD. Die Entscheidung für die Bespielung von Drittplattformen und sozialen Netzwerken erfolge ausschließlich auf der Grundlage journalistisch-redaktioneller Kriterien. Auch auf Drittplattformen und sozialen Netzwerken verfolge die ARD das

Ziel, die Nutzer\*innen mit einem möglichst großen Genre- und Themen-Mix in Kontakt zu bringen und die Diversität und regionale Vielfalt der Gesellschaft in Deutschland zu spiegeln. Die LRA stellen sicher, dass für die Nutzer\*innen stets klar erkennbar ist, dass sie auf Drittplattformen ein öffentlich-rechtliches Angebot der ARD nutzen.

Wegen der weiteren Einzelheiten dieser wesentlichen Änderung wird ergänzend auf die Ausführungen in Kapitel 4.3 (S. 30 ff.) des TMÄK Bezug genommen.

### 3.4 Verweildauerkonzept

Das Telemedienkonzept aus 2010 regelt die Verweildauern für verschiedene Genres. Bedingt durch ein verändertes Nutzungsverhalten, eine veränderte Erwartungshaltung der Nutzer\*innen hinsichtlich einer zeitsouveränen Nutzung von Inhalten in den Telemedien und in Verbindung mit einer gegenüber 2010 veränderten rechtlichen Ausgangslage wird ein einheitliches Verweildauerkonzept zur Prüfung gestellt, das nicht darauf ausgelegt ist, alle Inhalte unbefristet vorzuhalten. Die vorgesehenen Verweildauern sind das Ergebnis einer redaktionellen Auswahl unter Berücksichtigung aller Interessen.

Das Raster der Verweildauer-Fristen ist nicht mehr entlang einer linearen Sendungsprogrammierung ausgerichtet, sondern orientiert sich – unter Einhaltung der staatsvertraglichen Vorgaben – an den nutzungs- und auftragsgemäßen Erwartungen der Nutzer\*innen an Themen und Inhalten. Diese Erwägungen führen abgesehen von den gesetzlich bestimmten Fristen für Großereignisse, europäische Lizenzprodukte und zeit- und kulturgeschichtliche Archive zu verschiedenen Verweildauern je nach Kategorisierung. Die ARD legt auf den Seiten 35 bis 42 des TMÄK ein differenziertes Verweildauerkonzept nach unterschiedlichen Inhaltstypen fest.

Tabellarisch fasst das TMÄK (S. 41 f.) das zur Prüfung gestellte Verweildauerkonzept wie folgt zusammen:

Inhalte	Verweildauer gemäß TMÄK
Non-fiktionale Inhalte	2 Jahre
Fiktionale Inhalte	12 Monate
Inhalte für Kinder	5 Jahre
Bildungsinhalte	5 Jahre
Debüt-Filme	2 Jahre
Programm- / Themenschwerpunkte	2 Jahre
Redaktionelle Entscheidungen (Ausgewählte Inhalte können mit transparent nachvollziehbarer Begründung eingestellt oder wiedereingestellt bzw. in ein Archiv überführt werden)	Unbeschränkt / nach redaktionellem Bedarf

Wegen der diesbezüglichen Einzelheiten und insbesondere der Einzelheiten des Verweildauerkonzepts wird ergänzend auf die Ausführungen in Kapitel 4.4 (S. 35 ff.) des TMÄK Bezug genommen.

## 4. Gang des bisherigen Verfahrens

### 4.1 Verlauf der Beratungen im Rundfunkrat

Der Rundfunkrat hat am 06.05.2021 zur Vorbereitung seiner Entscheidungen im Verfahren des DST eine ausschussübergreifende Sachkommission (im Folgenden auch: SK DST) eingerichtet, um die Fachkompetenzen seiner Ausschüsse (Programmausschuss, Ausschuss für Rundfunkentwicklung und Digitalisierung sowie Haushalts- und Finanzausschuss) zu bündeln.

Der 12. Rundfunkrat hat auf Empfehlung der SK DST am 28.09.2021 den DST für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de eröffnet, nachdem der Intendant das TMÄK vorgelegt und um Genehmigung gebeten hatte. Der Intendant hat dem Rundfunkrat im Nachgang zur Verfahrenseröffnung am 28.09.2021 eine Genehmigungsvorlage zum DST für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de übermittelt. Der Rundfunkrat hat das TMÄK veröffentlicht, Dritte zur Stellungnahme aufgefordert und das marktliche Gutachten beauftragt (siehe unter 4.2 und 4.3).

Am 01.12.2021 hat sich der Rundfunkrat neu konstituiert und am 17.12.2021 die Neueinsetzung der SK DST beschlossen. In einem Workshop wurde der Rundfunkrat am 09.02.2022 über den Ablauf des Genehmigungsverfahrens, das Telemedienangebot des WDR und das Telemedienangebot sportschau.de sowie die Bedeutung des DST für die Aufsichtsgremien informiert.

Die Sachkommission hat am 18.02.2022 die Abwägungsgrundlagen für sportschau.de erstmals beraten. In dieser Sitzung wurde auch das marktliche Gutachten vom Gutachter präsentiert. Als Ergebnis sind dem Intendanten Nachfragen der Sachkommission zum TMÄK übermittelt worden, deren Beantwortung Eingang in die Beratungen und die Genehmigungsentscheidung gefunden hat.

Der 13. Rundfunkrat hat am 23.02.2022 ebenfalls die Abwägungsgrundlagen zur Kenntnis genommen und sich über den Arbeitsstand der Sachkommission informieren lassen.

Die SK DST hat am 11.03.2022 die Vorlage für die Mitberatung der anderen, nicht-federführenden ARD-Aufsichtsgremien erarbeitet, in die alle Abwägungsgrundlagen entlang der drei Stufen und mit Blick auf die wesentlichen Änderungen integriert wurden.

Der Rundfunkrat hat sich am 31.03.2022 die Ergebnisse des marktlichen Gutachtens durch den Gutachter präsentieren lassen und die Mitberatungsvorlage verabschiedet. Damit hat der Rundfunkrat die beteiligten Gremien der LRA sowie den ARD-Programmbeirat um Stellungnahme i. R. d. sog. Mitberatungsverfahrens für ARD-Gemeinschaftsangebote und die GVK um Koordination des Mitberatungsverfahrens gebeten. Die Beratungsergebnisse aus den (nicht-federführenden) Gremien der LRA bilden gem. Abschn. II Abs. 8 ARD-Telemediensatzung die Grundlage für die Beschlussempfehlung der GVK an den Vorsitzenden des federführenden Rundfunkrats.

Die GVK-Beschlussempfehlung inkl. der Stellungnahme des ARD-Programmbeirats ist dem WDR-Rundfunkrat am 22. Juli 2022 von der GVK-Vorsitzenden übermittelt worden. Die Unterlagen sind den Rundfunkratsmitgliedern unverzüglich zur Verfügung gestellt worden. Der WDR-Rundfunkrat hat sich gem. Abschn. II. Abs. 10 bis 12 ARD-Telemediensatzung mit den Ergebnissen des Mitberatungsverfahrens und insbesondere der GVK-Beschlussempfehlung und der Stellungnahme des ARD-Programmbeirats befasst und diese bei der Entscheidung über die Aufnahme der im TMÄK beschriebenen wesentlichen Änderungen berücksichtigt.

Die Sachkommission hat sich in zwei Sitzungen am 11.08.2022 und am 14.09.2022 weiter mit der Prüfung des TMÄK befasst. Der Rundfunkrat konnte jederzeit Einsicht in die Prüfung und Arbeit der Sachkommission nehmen und wurde regelmäßig über die Tätigkeit und den Sachstand der Sachkommission unterrichtet.

#### 4.2 Stellungnahmen Dritter und Kommentierung durch den Intendanten

Dritte hatten bis zum 30.11.2021 die Möglichkeit zur Stellungnahme. Nach Beauftragung des Gutachters konnten Stellungnahmen auch unmittelbar dem Gutachter übersandt werden.

Es gingen fristgerecht vier Stellungnahmen zum TMÄK für das ARD-Gemeinschaftsangebot sportschau.de ein. Alle Stellungnahmen wurden von Verbänden eingereicht:

- VAUNET – Verband Privater Medien (im Folgenden: VAUNET)
- Deutsche Bischofskonferenz (DBK)
- Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger und Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (BDVZ/VDZ)
- Deutscher Gewerkschaftsbund NRW und Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di (im Folgenden: DGB/dju)

Keine der Stellungnahmen enthielt Geschäftsgeheimnisse Dritter, auf deren Wahrung die Rundfunkratsmitglieder sich im Dreistufentestverfahren gem. Abschn. II Abs. 3 ARD-Telemediensatzung zusätzlich zu ihrer allgemeinen Verschwiegenheitspflicht verpflichten mussten.

Die Stellungnahmen wurden gemäß Abschn. II Abs. 6 ARD-Telemediensatzung nach Ablauf der Frist unverzüglich den Rundfunkratsmitgliedern sowie dem WDR-Intendanten (mit der Bitte um Kommentierung) zugänglich gemacht. Der GVK-Geschäftsstelle und dem beauftragten Gutachter wurden ebenfalls alle Stellungnahmen übermittelt. Sämtliche Stellungnahmen sind den mitberatenden Gremien über die GVK-Geschäftsstelle zugänglich gemacht worden. Für die Öffentlichkeit wurden diejenigen Stellungnahmen, deren Absender der Veröffentlichung zustimmten, auf der Homepage des Rundfunkrats veröffentlicht.

Der Intendant hat dem Rundfunkrat seine Kommentierung der Stellungnahmen innerhalb der erbetenen Frist am 13.01.2022 übermittelt.

#### 4.3 Gutachten zu den Auswirkungen der wesentlichen Änderungen des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de auf alle relevanten Märkte

Die SK DST wurde mit Verfahrenseröffnung am 28.09.2021 durch den Rundfunkrat mit der Vorbereitung der Auswahl eines externen Gutachters beauftragt, um die Auswirkungen der im TMÄK beschriebenen wesentlichen Änderungen für sportschau.de auf alle relevanten Märkte zu begutachten. Die Sachkommission führte in Abstimmung mit dem Präsidium ein zweistufiges Vergabeverfahren durch.

Mit Beschluss vom 16.11.2021 hat der Rundfunkrat den Gutachter Goldmedia Strategy Consulting GmbH (im Folgenden auch: Goldmedia) mit der Begutachtung der Auswirkungen der im TMÄK für das Telemedienangebot von sportschau.de beschriebenen wesentlichen Änderungen auf alle relevanten Märkte beauftragt. Goldmedia hat dem Rundfunkrat das Gutachten am 17.01.2022 vorgelegt. Den Rundfunkratsmitgliedern und dem Intendanten (mit der Bitte um Kommentierung) ist das Gutachten unverzüglich übermittelt worden. Der GVK-Geschäftsstelle ist das Gutachten ebenfalls übermittelt worden. Es ist den mitberatenden Gremien über die GVK-Geschäftsstelle zugänglich gemacht worden.

Der Intendant hat dem Rundfunkrat seine Kommentierung des Gutachtens am 09.02.2022 übermittelt. Das Gutachten ist zuletzt am 01.03.2022 aktualisiert worden, u.a. unter Einbeziehung redaktioneller Hinweise. Goldmedia hat dem Rundfunkrat die Ergebnisse der marktlichen Begutachtung in seiner Sitzung vom 31.03.2022 vorgestellt.

### B) Materielle Prüfung der Voraussetzungen des § 32 Abs. 4 MStV

#### 1. Prüfstufen und -verfahren im Dreistufentest

Nach § 32 Abs. 4 Satz 2 Nr. 1 MStV hat der Rundfunkrat auf der ersten Stufe des DST zu prüfen, ob die im TMÄK beschriebenen wesentlichen Änderungen den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entsprechen. Dabei sind der in § 26 MStV formulierte allgemeine Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und die telemedien-spezifischen Vorgaben des § 30 MStV zu berücksichtigen.

Im Rahmen seiner Prüfung auf Stufe 1 des DST hat der Rundfunkrat auch die Einhaltung der gesetzlichen Ge- und Verbote durch die wesentlichen Änderungen zu überprüfen.

Gemäß § 32 Abs. 4 Satz 2 Nr. 2 MStV i. V. m. Abschn. II Abs. 1 b) ARD-Telemediensatzung ist auf Stufe 2 vorliegend zu prüfen, in welchem Umfang die jeweilige wesentliche Änderung in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt. Dabei sind Umfang und Qualität der vorhandenen, frei zugänglichen Angebote, marktrelevante Auswirkungen sowie die meinungsbildende Funktion des geplanten Angebots angesichts bereits vorhandener, vergleichbarer Angebote auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu berücksichtigen.

Die dritte Stufe des DST umfasst eine Überprüfung der mit den wesentlichen Änderungen verbundenen Kosten auf Plausibilität und Nachvollziehbarkeit.

Nach Prüfung der drei Stufen kann der Rundfunkrat über die Aufnahme des veränderten Angebots entscheiden und hat die Entscheidung gem. § 32 Abs. 6 Satz 2 MStV und Abschn. II Abs. 12 Satz 2 ARD-Telemediensatzung zu begründen. Dabei muss dargelegt werden, ob das neue Telemedienangebot bzw. die wesentliche Änderung die Voraussetzungen des öffentlich-rechtlichen Auftrags erfüllt.

Im Prüfungsprozess und in der Abwägungsentscheidung sind zunächst die Ausführungen im TMÄK betrachtet worden. Zusätzlich sind neben den eigenen Erwägungen und den Rückfragen an den WDR als federführende LRA auch gem. § 32 Abs. 6 Satz 3 MStV i. V. m. Abschn. II Abs. 10 ARD-Telemediensatzung die eingegangenen Stellungnahmen Dritter, die Kommentierungen des Intendanten, die GVK-Beschlussempfehlung und die Stellungnahme des Programmbeirats auf allen drei Stufen sowie das eingeholte marktliche Gutachten auf der zweiten Stufe berücksichtigt worden.

## 2. Kritik aus den Stellungnahmen Dritter

### 2.1 Gesamtbewertung des TMÄK und der wesentlichen Änderungen

Das Stimmungsbild zur Gesamtbewertung des TMÄK von sportschau.de ist heterogen: zwei Stellungnehmende (VAUNET und BDZV/VDZ) betrachten das Konzept als nicht genehmigungsfähig bzw. sehen erheblichen Änderungsbedarf, eine Stellungnahme (DGB/dju) befürwortet die angestrebten Änderungen explizit und ein Stellungnehmender (DBK) lässt eine zusammenfassende Bewertung des Konzeptes offen, äußert sich in den Ausführungen aber positiv zu geplanten Änderungen.

### 2.2 ...zum Abstraktionsgrad des TMÄK...

VAUNET ist der Auffassung, dass das TMÄK einen hohen Abstraktionsgrad hat und kritisiert dies. Der MStV gebe vor, dass die Angebotsbeschreibungen konkret und durch die KEF nachprüfbar sein müssten. Das TMÄK beschränke sich dagegen überwiegend auf allgemein gehaltene Formulierungen. Das hohe Abstraktionsniveau lasse künftige Ausweitungen von sportschau.de ohne weiteren Dreistufentest zu. Zudem könnten die Auswirkungen der geplanten Änderungen auf den publizistischen und ökonomischen Markt so nicht umfassend und detailliert wie nötig bewertet werden. VAUNET bemängelt, dass – etwa bei Online Only – Angaben dazu fehlten, in welchem Umfang und in welchen Segmenten die wesentlichen Änderungen eingesetzt werden sollen. Ohne diese Angaben, so VAUNET, könnten keine belastbaren Aussagen über die marktlichen Auswirkungen getroffen werden.

Der Intendant erwidert, dass das Gebot der Konkretisierung gemäß der Vorgaben der Länder zur Umsetzung des sog. Beihilfekompromisses sich auf einem „mittleren Abstraktionsniveau“ bewege. Im Rahmen der Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk könnten Konkretisierungen dann dynamisch in einem „Entwicklungskorridor“ als Element der Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vorgenommen werden. Auf Grund dessen könne nicht von vorneherein festgelegt werden, in welchem Umfang es künftig Online-



Only-Inhalte geben soll, ohne angebotsspezifischen journalistisch-redaktionellen Abwägungsprozessen vorzugreifen.

Online Only betreffe aber grundsätzlich alle vom TMÄK genannten Angebote und sei in Ergänzung zum linearen Angebot zu sehen. Das entspreche dem Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die gesamte Gesellschaft zu erreichen und als Faktor der Meinungsbildung zu wirken. Der digitale Bereich entwickle sich zudem dynamisch und permanent weiter, sodass auf Basis des gebotenen mittleren Abstraktionsniveaus die Entwicklungslinien hinreichend konkretisiert seien.

Am Beispiel der Ausführungen zur Vermeidung von Presseähnlichkeit im TMÄK von sportchau.de kritisieren BDZV/VDZ, dass die Ausführungen in den derzeit zur Prüfung vorliegenden Änderungskonzepten der ARD gleichlautend seien.

Der Intendant hält dies für folgerichtig, da alle ARD-Telemedienangebote denselben staatsvertraglichen Bedingungen unterlägen. Zudem seien die gerade auch in den Gemeinschaftsangeboten der „Big Five“ im Rahmen der Digitalagenda kooperierenden LRA nicht gehindert, sondern sogar aufgefordert, gemeinschaftlich zu handeln. Dies drücke sich auch in den Beschreibungen in den TMÄK aus.

Der Rundfunkrat hält die Erwidern des Intendanten auf die Kritik an einem zu hohen Abstraktionsgrad bzw. fehlender Konkretisierung im TMÄK für zutreffend und weist den Einwand zurück. Dass sich Umfang und Inhalte nicht über das im Rahmen des TMÄK erfolgte Maß hinaus konkretisieren lassen, trifft aus Sicht des Rundfunkrats auch deswegen zu, weil sich die wesentlichen Änderungen nicht auf inhaltliche Änderungen, sondern auf Rahmenbedingungen (Verweildauern) und Auspielformen und -wege (Drittplattformen, Online Only / Online First) von Inhalten beziehen, die wiederum abhängig von autonomen redaktionellen Entscheidungen sind. Die Begründung des Intendanten für gleichlautende Passagen in den TMÄK der ARD-Telemedienangebote hält der Rundfunkrat für stichhaltig, v.a. dort, wo es ARD-Gemeinschaftsangebote betrifft.

### 2.3 ...zur Darstellung von marktverzerrenden Wirkungen im TMÄK...

Die Stellungnahmen von VAUNET und BDZV/VDZ kritisieren zudem das Fehlen oder zumindest die unzureichende Darstellung der aus ihrer Sicht mit den wesentlichen Änderungen verbundenen, drohenden marktverzerrenden Wirkung.

Der Intendant tritt dem in seiner Kommentierung entgegen. Die ARD habe im Rahmen ihrer Möglichkeiten die marktlichen Auswirkungen im TMÄK dargestellt und bewertet. Zudem werde die relevante Analyse des Marktes und der marktlichen Auswirkungen im Rahmen des vom Rundfunkrat beauftragten externen Gutachtens geleistet werden.

Der Rundfunkrat weist den Einwand einer fehlenden hinreichenden Darstellung der marktlichen Auswirkungen der im TMÄK beschriebenen wesentlichen Änderung zurück. Das TMÄK legt im Einklang mit § 32 Abs. 4 Satz 2 Nr. 2, Satz 3 MStV in für die Zwecke des DST ausreichender Weise dar, in welchem Umfang die in Rede stehenden wesentlichen Änderungen aus Sicht



des WDR in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beitragen, und ermöglicht zugleich eine Ermittlung der Auswirkungen der wesentlichen Änderungen auf alle relevanten Märkte, wie sie durch den vom Rundfunkrat beauftragten Gutachter erfolgt ist (siehe hierzu im Folgenden Kap. 5.1).

#### 2.4 ...zu nicht prüfungsgegenständlichen Aspekten...

Soweit in den Stellungnahmen Dritter Aspekte angesprochen wurden, die sich nicht auf die zur Genehmigung vorliegenden wesentlichen Änderungen beziehen, sondern auf Aspekte, die im TMÄK in hinleitenden Kapiteln ausgeführt sind (v.a. Kap. 3 „Positionen und Perspektiven der ARD-Telemedien“), kann der Rundfunkrat diese Gesichtspunkte nicht in die staatsvertraglich vorgegebene und gemäß § 32 Abs. 3 Satz 3 MStV auf die konkret in Rede stehenden wesentlichen Änderungen beschränkte Genehmigungsprüfung einbeziehen. Diese Aspekte werden gleichwohl in diesem Abschnitt dargestellt und der Rundfunkrat wird sie – wo sinnvoll – im Rahmen seiner ständigen Telemedienkontrolle berücksichtigen.

In Kapitel 3.1 des TMÄK wird unter den Stichworten „Public Value“ ausgeführt, dass die ARD mit dem einfachen, dauerhaften und möglichst freien Zugang zu Inhalten – v.a. aus den Bereichen Wissen, Bildung, Information, Kultur und Kinder/Familie – „die Meinungsbildung in der Informationsgesellschaft, die Orientierung und Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger fördern und die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft unterstützen“ will.

##### 2.4.1 Vernetzung

Im gleichen Kontext wird in Kap. 3.1 unter „Vernetzung“ angekündigt, dass die ARD den partnerschaftlichen Austausch mit anderen gemeinwohlorientierten Einrichtungen künftig ausbauen und sich weiter mit den entsprechenden Partnern vernetzen werde. Dazu zählten Einrichtungen aus den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Bildung, aber auch Kooperationen / Vernetzungen mit privatwirtschaftlich organisierten Unternehmungen (z.B. im Fall von gemeinwohlorientierten Aktionen und Formaten). Aber auch innerhalb der ARD sei die Vernetzung zwischen den Rundfunkanstalten eine wichtige Aufgabe: Inhalte würden künftig auch untereinander stärker verknüpft werden (§ 30 Abs. 4 Satz 3 und 4 MStV). Die etikettierte Auspielung von LRA-Inhalten im sportschau.de-Layout verfolge ebenfalls diese Aufgabe.

Von VAUNET wird in diesem Kontext kritisiert, dass TMÄK lasse offen, in welchem Umfang die Einbindung von Inhalten anderer LRA in den ARD-Telemedien erfolgen solle und welche Kosten damit entstünden.

Der Intendant erinnert in seiner Replik daran, dass die ARD von vielen gesellschaftlichen Kräften – auch von den Gremien – zu verstärkter Zusammenarbeit aufgefordert sei, sowohl um den Nutzer\*innen ein besseres Nutzungserlebnis zu bieten als auch um Synergieeffekte zu generieren. Zudem erfolge die Einbindung von Telemedien-Inhalten anderer LRA bereits. Idealerweise entstünden dadurch keine Kosten, sondern es würden im Gegenteil Mehrkosten vermieden und sogar Synergien gehoben, wenn das Netzwerk der ARD genutzt werde und zunehmend auch das ZDF und Deutschlandradio einbezogen würden.

Europäische und internationale Kooperationen, die zu einer Angebotsausweitung in den Telemedien führen oder der Umgehung der Vorgaben für europäische und internationale Filmwerke dienen könnten, lehnt VAUNET ab. Das verfolgte Kooperationsmodell, das Inhalte von Universitäten, Theatern und Museen integrieren möchte, könnte unter Umständen Kooperationsmöglichkeiten Privater mit öffentlichen Einrichtungen schmälern. Kooperationen dürften keinesfalls dem Gebot der Staatsferne zuwiderlaufen.

Der Intendant führt in seiner Kommentierung aus, dass die Entscheidung für Kooperationen auch mit nicht-öffentlich-rechtlichen Dritten sich nach den gesetzlichen Vorgaben richte. Diese würden beim WDR durch von den Gremien genehmigte Kooperationsrichtlinien konkretisiert. Nach dem WDR-Gesetz sei dem Rundfunkrat jährlich durch den Intendanten über die Zusammenarbeit mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern sowie Dritten zu berichten.

Grundsätzlich dürften öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten im Rahmen ihrer gesetzlichen und staatsvertraglichen Vorgaben auch mit europäischen Veranstaltern zusammenarbeiten. Hierzu zählten auch die Vorgaben des MStV und die durch den 22. RÄStV erfolgte Erweiterung der Beauftragung in § 30 Abs. 2 Nr. 2 MStV. Dies bilde nun auch das TMÄK ab. Hierdurch erfolge keine Auftragsweiterung oder Umgehung der Vorgaben.

Außerdem sei festzuhalten, dass es bereits Kooperationen zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und verschiedenen Bildungseinrichtungen gebe, woraus sich keinerlei Marktverzerrung ergeben habe und was auch bisher schon kommerzielle Wettbewerber nicht ausschließe. Im Übrigen sehe § 30 Abs. 4 letzter Satz MStV ausdrücklich vor, dass öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten auf Inhalte verlinken sollen, die Einrichtungen der Wissenschaft und Kultur anbieten, soweit sie aus journalistisch-redaktionellen Gründen für Telemedienangebote geeignet seien. Insoweit sei die Vernetzung auch Teil des Auftrags.

#### *2.4.2 Freie Lizenzen*

Als einen weiteren Weg, den einfachen, dauerhaften und möglichst freien Zugang zu Inhalten für Nutzer\*innen zu ermöglichen, benennt die ARD im TMÄK den Einsatz von freien Lizenzen. Die ARD beabsichtige daher, unter Wahrung der urheberrechtlichen Vorgaben kontinuierlich das Angebot an frei verwendbaren bzw. Creative-Commons-(CC)-lizenzierten Inhalten weiter auszubauen. Allerdings sei eine vollständige Freigabe aufgrund tarifrechtlicher und urheberrechtlicher Bindungen nicht möglich. Ziel sei es, insbesondere Kultur- und Bildungseinrichtungen aber auch privaten Nutzer\*innen zu ermöglichen, kostenfrei, ohne rechtlichen Verwaltungsaufwand oder zeitliche Beschränkungen ausgewählte ARD-Inhalte in deren Angebote einzubinden. Die ARD setze dabei in erster Linie eine CC-Lizenz ein, die zwar die dauerhafte Verwendung, aber keine Bearbeitung der Inhalte erlaube. Außerdem würden zunächst Lizenzformen gewählt, die eine kommerzielle Nutzung der Inhalte untersage.

VAUNET äußert hier die Kritik, die CC-Strategie laufe dem Ziel zuwider, möglichst viele Bürger\*innen ARD-Inhalte zugänglich zu machen, sollten CC-Lizenzen zur Folge haben, dass sie nicht von kommerziellen Anbietern genutzt werden können.

Der Intendant entgegnet darauf, dass CC-lizenzierte Inhalte nichtkommerziellen Einrichtungen und Privatpersonen im Rahmen der jeweils vorgegebenen Lizenzbestimmungen zur Verfügung stünden. Der Einsatz von CC-Lizenzen schließe aber nicht aus, dass gleichzeitig eine (i.d.R. entgeltliche) Lizenzierung von Inhalten für eine kommerzielle Nutzung erfolgen könne.

#### *2.4.3 Personalisierung / Algorithmen auf eigenen Plattformen*

Im TMÄK (S. 22 f.) wird erläutert, wie die ARD und der WDR Algorithmen in den eigenen Angeboten einsetzen möchten. Dabei sei die Erschließung der Vielfalt des Angebots zentrale Anforderung an die Algorithmen in den digitalen Angeboten der ARD und des WDR. Algorithmenbasierte Empfehlungen folgten dem Ziel, die Vielfalt der Inhalte möglichst individuell passend zu erschließen. „Allerdings wird die ARD darauf achten – zum Beispiel durch vom Nutzer\*innenverhalten abweichende Empfehlungen – etwaigen kommunikativen Echokammern entgegenzuwirken. Die Integration nicht präferierter und nicht bekannter Inhalte, die Transparenz über das Zustandekommen von Empfehlungen und die Möglichkeit der Nutzer\*innen auf die Empfehlungen Einfluss zu nehmen, sollen die Selbstbestimmung der Nutzer\*innen in der Personalisierung erweitern.“ (TMÄK, S. 22).

Auch Stellungnehmende haben diesen Punkt aufgegriffen und geltend gemacht, dass Empfehlungsalgorithmen der Bildung von Filterblasen und Echokammern entgegenwirken müssten, um dem Auftrag der Sicherung von Vielfalt und Diskursen gerecht zu werden (DGB/dju).

Für VAUNET dagegen ist im TMÄK nicht klar erkennbar, wie eigene algorithmen-basierte Systeme gestaltet werden sollen, um der Entstehung von Echokammern vorzubeugen. Diesbezüglich verweist der Intendant in seiner Kommentierung nochmal auf die oben zitierten Stellen im TMÄK auf S. 22.

VAUNET hinterfragt den stärkeren Einsatz von Personalisierungsmöglichkeiten in den öffentlich-rechtlichen Mediatheken und stellt die Frage, ob das Vorhaben im Gegensatz zum Grundversorgungs- und Integrationsauftrag der Bevölkerung stehe.

In seiner Kommentierung verneint der Intendant einen Widerspruch zwischen der im TMÄK vorgesehenen stärkeren Personalisierung und dem öffentlich-rechtlichen Auftrag. Im Gegenteil gehörten Individualisierungen und Personalisierungen ausweislich der amtlichen Begründung zum 22. RÄStV als internetspezifische Gestaltungsmittel ausdrücklich zu Darstellungsformen, die der öffentlich-rechtliche Rundfunk einsetzen könne. Personalisierung gehöre zu den Funktionsweisen des Internets und trage zur Auffindbarkeit der Inhalte und damit zur Erschließung des vielfältigen Angebots bei. Sie unterstütze zudem die Einhaltung des Jugendschutzes, z.B. durch Altersverifikation. Dennoch bleibe Personalisierung im gesamten ARD-Angebot freiwillig, eine Nutzung der Inhalte sei auch ohne Registrierung möglich.

#### 2.4.4 Vergütung von Urheber\*innen

Im Kontext der Auseinandersetzung mit dem neuen Verweildauerkonzept mahnen DGB/dju an, dass neue oder erweiterte Nutzungsmöglichkeiten und auch die Nutzbarkeit auf Drittplattformen jeweils angemessen vergütet werden.

Der Intendant weist darauf hin, dass die angemessene Vergütung von Urheber\*innen kein Gegenstand des DST sei. Vergütungsfragen seien in Tarifverhandlungen bzw. in Tarifverträgen und -vereinbarungen zu regeln. Um die angemessene Vergütung von Urheber\*innen sicherzustellen, habe die ARD mit vielen Berufsverbänden Gemeinsame Vergütungsregeln (GVR) vereinbart. Die GVR enthielten genaue Angaben zu Umfang und Vergütung der übertragenen Online-Nutzungsrechte. Für den Fall der Anpassung der TMK sei in den GVR bereits eine Anpassung der Regelungen über die Mediathekennutzung vereinbart.

#### 2.4.5 Sonstiges

DGB/dju haben in ihrer Stellungnahme weitere Punkte adressiert, die aus ihrer Sicht für die Fortentwicklung der ARD-Telemedien von Bedeutung sind. Sie beziehen sich auf die Auffindbarkeit und Kuratierung von non-linearen Inhalten.

So sind DGB/dju der Ansicht, dass die umfangreichen Programminhalte von sportschau.de nur dann optimal genutzt werden könnten, wenn sie sorgfältig kuratiert und inhaltlich erschlossen würden. Sie mahnen in ihrer Stellungnahme an, dass Inhalte derzeit leichter über Suchmaschinen wie Google als über die eigenen Suchfunktionen zu finden seien. Wertvoller Inhalt des Angebots der Sportschau müsse dauerhaft zugänglich sein. Dafür würden deutliche Anstrengungen erwartet, um die Zugänglichkeit durch funktionierende Suchfunktionen zu verbessern.

Der Intendant hat zugesichert, dass die Optimierung der Suche auf WDR-eigenen Seiten, aber auch denen der ARD-Angebote bzw. der Gemeinschaftssendungen-, einrichtungen und -aufgaben (GSEA) die bessere Auffindbarkeit im Netz bereits erklärtes Ziel und Gegenstand der täglichen redaktionellen sowie bereichsübergreifenden Arbeit – im WDR, aber auch in der ARD seien.

### 2.5 Bewertung des Rundfunkrats

Die nicht-prüfungsgegenständlichen Aspekte aus den Stellungnahmen Dritter hat die Sachkommission insofern berücksichtigt, als dass sie sie – wo als bedenkenswert betrachtet – in ihre Erwartungen an die Fortentwicklung des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de integriert hat (siehe Abschnitt C) und damit den zuständigen Ausschüssen des Rundfunkrats im Rahmen der ständigen Telemedienkontrolle zur näheren Betrachtung anempfiehlt.

Hinsichtlich der unter 2.2 und 2.3 im Einzelnen dargestellten Einwände in den Stellungnahmen Dritter schließt sich der Rundfunkrat der jeweiligen Einschätzung/Erwiderung des Intendanten an.

### 3. GVK-Beschlussempfehlung und Stellungnahme des ARD-Programmbeirats

Die GVK-Beschlussempfehlung und die Stellungnahme des ARD-Programmbeirats beziehen sich wie unter A) 4.1 beschrieben auf die vom Rundfunkrat am 31.03.2022 verabschiedete Vorlage für die Mitberatung der anderen, nicht-federführenden ARD-Aufsichtsgremien, in die die Abwägungsgrundlagen entlang der drei Stufen und mit Blick auf die wesentlichen Änderungen sowie die seinerzeitige vorläufige Einschätzung des Rundfunkrats integriert wurden. Da die Stellungnahmen sich auf alle drei Prüfstufen und darüber hinausgehende Aspekte beziehen, werden deren wesentliche Inhalte in dieser Entscheidungsbegründung vor der Prüfung der drei Stufen, in die sie eingeflossen sind, wiedergegeben. Punkte aus der GVK-Beschlussempfehlung und der Stellungnahme des ARD-Programmbeirats, die sich auf Anregungen zur nachlaufenden Telemedienkontrolle beziehen, sind unter Abschnitt C) in die Erwartungen des Rundfunkrats an Rahmenbedingungen und Transparenz der Fortentwicklung des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de eingeflossen.

#### 3.1 Allgemein

Die GVK hat die Mitberatungsvorlage des WDR-Rundfunkrats im Rahmen des DST-Verfahrens zu den wesentlichen Änderungen des Telemedienangebots sportschau.de zustimmend zur Kenntnis genommen und erachtet die wesentlichen Änderungen als vom gesetzlichen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst. sportschau.de sei Teil der produktstrategischen Fokussierung der ARD auf ein selektives Portfolio von fünf digitalen Produkten (sog. „ARD Big Five“), welche sukzessiv als gemeinsame Plattformen der ARD-Anstalten ausgebaut werden sollen. Sportschau.de zeichne sich dabei durch eine hohe Informationsbreite und -tiefe sowie Vielfalt aus und bündle unabhängig und frei von kommerziellen Handlungsmotiven ein in der gesamten ARD arbeitsteilig erarbeitetes digitales Sport-Medienangebot.

Nach Ansicht der GVK entsprechen die wesentlichen Änderungen des Telemedienangebots sportschau.de den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft und tragen darüber hinaus den kommunikativen gesellschaftlichen Bedürfnissen Rechnung, die sich gemeinsam mit dem Mediennutzungsverhalten verändert haben. Die GVK betrachtet die Nutzung eigenständiger audiovisueller Inhalte, die Anpassung des Verweildauerkonzepts sowie die Verbreitung der Angebote über Drittplattformen grundsätzlich für zulässig und zur Erreichung der Zielgruppe mittels zeitgemäß gestalteter Telemedienangebote für erforderlich. Die GVK betrachtet die geplanten Änderungen als wesentlich für den Erhalt der Zukunftsfähigkeit des Telemedienangebots sportschau.de und erachtet dessen kontinuierliche, zukunftsorientierte Weiterentwicklung als unerlässlich.

Auch der ARD-Programmbeirat kommt nach Beratung der Abwägungsgrundlagen für sportschau.de zu der Auffassung, dass das Konzept den Anforderungen des Medienstaatsvertrags und den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht.

### 3.2. Online Only / Online First

Der ARD-Programmbeirat ist der Auffassung, dass Online-First- und Online-Only-Inhalte für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, Angebote für die gesamte Bevölkerung zu machen, von großer Bedeutung sind. Denn mit eigenständigen Audio- und Videoinhalten könnten insbesondere auch diejenigen angesprochen werden, die mit den linearen Programmen kaum oder gar nicht mehr zu erreichen sind. Darüber hinaus trügen sie dem Bedürfnis immer breiterer Zielgruppen nach zeitsouveräner Nutzung der öffentlich-rechtlichen Angebote Rechnung.

Die GVK folgt der Aussage im TMÄK, der zufolge sportschau.de den Schwerpunkt auf die eigene Plattform legt, welche beständig optimiert und weiterentwickelt und dabei an die sich verändernden Nutzungsbedingungen und -erwartungen angepasst wird. ARD-weit einheitliche nutzerzentrierte Vorgehensweisen von Konzeption bis zur Distribution non-linearer Inhalte zu entwickeln, erscheint aus Sicht der GVK unerlässliche Grundlage für die digitale und nutzerorientierte Fortentwicklung aller ARD-Plattformen, auch i.S. eines einheitlichen Nutzungserlebnisses. Die GVK hält es für wesentlich, dass es starke ARD-Plattformen gibt, die Nutzer/-innen einen leichten Zugang zu öffentlich-rechtlichen Inhalten ermöglichen und welche sich, dem demokratischen Auftrag folgend, durch die einzigartige Kombination von Qualität, Unabhängigkeit, Vielfalt und Zugänglichkeit von anderen Anbietern unterscheiden. Auf starken eigenen Plattformen, die zur Meinungsbildung entworfen wurden und gerade nicht, um Werbung auszuspielen und Nutzerdaten zu sammeln, haben die öffentlich-rechtlichen Anbieter die größten Chancen, ihrem Auftrag gerecht zu werden.

Die GVK teilt die Einschätzung des WDR-Rundfunkrats, dass Online-Only-Inhalte potentiell mehr Anreize für die Vernetzung innerhalb der ARD-Angebote aber auch darüber hinaus mit öffentlich-rechtlichen sowie dritten Kooperationspartner\*innen liefern (vgl. Kap. 5.2.3). Gerade Verlinkungen zu Einrichtungen der Wissenschaft und Kultur könnten nach Ansicht der GVK verstärkt genutzt werden, um dem staatsvertraglichen Vernetzungsauftrag besser zu gerecht zu werden – und zwar sowohl auf ARD-eigenen, wie auch auf Drittplattformen. Die GVK empfiehlt, die Vernetzung über crossmediale technische und inhaltliche Verlinkungskonzepte kriteriengeleitet und langfristig zu etablieren – basierend auf hochwertigen, für die Vernetzung von Inhalten essentiellen Metadaten. Dabei sollte aus Sicht der GVK gezielt auf die Schaffung publizistischen und gesellschaftlichen Mehrwerts geachtet werden – nicht zuletzt, um sich von internationalen Plattformen abheben zu können.

Die GVK weist darauf hin, dass Nutzer\*innen mit geeigneten Personalisierungsmöglichkeiten tendenziell länger auf den ARD-eigenen Telemedienangeboten gehalten werden können. Die GVK misst personalisierten Empfehlungssystemen eine hohe Relevanz zu. Öffentlich-rechtliche Telemedienangebote müssen eine möglichst große inhaltliche Vielfalt bieten, um demokratische Meinungsbildung zu ermöglichen. Empfehlungsmechanismen können dabei unterstützen, wenn sie derart gestaltet werden, dass sie Vielfalt fördern und Nutzer\*innen auch mit unerwarteten Inhalten in Berührung bringen (Stichwort Serendipität). Die GVK weist darauf

hin, dass öffentlich-rechtliche Telemedien nicht allein auf Algorithmen, sondern auch auf redaktionelle sowie nutzergesteuerte Kuratierung setzen sollten. Hinsichtlich diesbezüglicher Maßnahmen zur Transparenzsicherung sollte die ARD aus Sicht der GVK ein Gegengewicht zur undurchsichtigen Generierung und Auswertung von Nutzerdaten durch Internet-Giganten bilden. Die GVK ist der Meinung, dass die Transparenz von Algorithmen zu einem Qualitätsmerkmal für öffentlich-rechtliche Telemedien werden und das Vertrauen der Nutzer\*innen in die Angebote stärken könnte.

Die GVK weist darauf hin, dass der Austausch mit Nutzer\*innen nicht nur Drittplattformen vorbehalten sein sollte, sondern perspektivisch auch auf den ARD-eigenen Plattformen mitzudenken ist. Aus Sicht der GVK sollte besonders der öffentlich-rechtliche Rundfunk, zu dessen Telemedienauftrag es u.a. gehört, Teilhabe an der Informationsgesellschaft zu ermöglichen und Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation anzubieten, seinen Nutzer\*innen ein sinnvolles Maß an Partizipation mit den Redaktionen sowie untereinander bieten.

### 3.3 Drittplattformen

Hinsichtlich der Angebote auf Drittplattformen ist der ARD-Programmbeirat der Ansicht, dass diese erforderlich sind, um dem Anspruch gerecht zu werden, möglichst die gesamte Gesellschaft mit öffentlich-rechtlichen Inhalten zu erreichen, insbesondere auch die jüngere Zielgruppe. Dass dabei dem öffentlich-rechtlichen Qualitätsanspruch und den Vorgaben des Jugendmedienschutzes und des Datenschutzes zu entsprechen ist, hält der ARD-Programmbeirat für selbstverständlich und unabdingbar.

Der ARD-Programmbeirat sieht die Nutzung von Gamingplattformen, um neue Kommunikationskanäle und damit junge Zielgruppen zu erschließen, eher kritisch bzw. fordert ein, dass der WDR-Rundfunkrat das mögliche Engagement von sportschau.de auf solchen Plattformen intensiv begleitet.

Die GVK schließt sich der Einschätzung des WDR-Rundfunkrats an, wonach die Verbreitung von Inhalten auf Drittplattformen der Erwartungshaltung und den Bedürfnissen der Nutzer\*innen entsprechen (vgl. Kap. 4.1.3). Nach Auffassung der GVK ermöglicht die Präsenz von öffentlich-rechtlichen Angeboten auf Drittplattformen nicht nur das Erreichen weiterer Zielgruppen, sondern auch den Aufbau eigener Communities sowie die Steigerung der Bekanntheit öffentlich-rechtlicher Marken. Mit Blick auf die nachlaufende Telemedienkontrolle sieht die GVK Konkretisierungsbedarf in diesem Kontext bei der Frage, welche Drittplattformen aus welchen strategischen Gründen und anhand welcher Kriterien für das Telemedienangebot sportschau.de ausgewählt und wie entsprechende Formate konsequent evaluiert werden.

Die GVK begrüßt die Empfehlung des WDR-Rundfunkrats, die auf Drittplattformen mögliche Partizipation durch ein professionelles Community Management zu sichern. Auch der Hinweis, dass hierfür entsprechende finanzielle Mittel erforderlich sind, erfolgt nach Ansicht der GVK völlig zurecht (vgl. Abschnitt C)). Aufbau sowie Pflege von Communities erfordern ein Konzept, für dessen Umsetzung entsprechende Ressourcen eingeplant werden müssen – sowohl auf



Drittplattformen, als auch perspektivisch auf proprietären Plattformen. Die GVK hält es für wesentlich, dass der Aufwand zur Beantwortung der Kommentare in einem sinnvollen Verhältnis zum publizistischen Ertrag steht. Die hier nötige Abwägung muss transparent und kriteriengeleitet erfolgen.

Dass die auf Drittplattformen generierten Kommentare von Nutzer\*innen für Redaktionen einen Rückkanal für Anregungen und Kritik bilden können und damit die öffentliche Meinungsbildung unterstützen, wird von der GVK bekräftigt (vgl. Kap. 5.2.3). Communities ermöglichen nicht nur mehr Partizipation, sondern können selbst publizistischen Mehrwert generieren. Die Aktivitäten auf „Gamingplattformen“ und damit einhergehend die Beachtung des Verbots von Spielen ohne Sendungsbezug sollte aus Sicht der GVK im Rahmen der nachlaufenden Telemedienkontrolle konsequent beobachtet werden.

Die GVK bekräftigt, dass die hohen journalistischen Qualitätsanforderungen, die auf das lineare Programm angewandt werden, auch auf Drittplattformen uneingeschränkt weitergelten sollten. In der Folge bedeute dies, dass auch für das Community Management, welches für die Außenwahrnehmung des Telemedienangebots sportschau.de eine entscheidende Rolle spielt, hohe journalistische Standards gelten. Wie dargestellt, sollten die öffentlich-rechtlichen Anstalten ihre journalistischen und digitalen Kompetenzen nutzen, um in ihrer Funktion Filterblasen und Echokammern aufzubrechen.

### 3.4 Verweildauern

Der ARD-Programmbeirat kommt zu dem Schluss, dass die geänderten Verweildauerfristen publizistisch begründet sind. Er spricht sich für eine Ausschöpfung der Verweildauern aus, insbesondere um den Verhaltensweisen und Erwartungen der Nutzer\*innen Rechnung zu tragen.

Auch die GVK befürwortet die Anpassung des Verweildauerkonzepts, welches den Erwartungen und Verhaltensweisen der Nutzer\*innen Rechnung trägt. Insbesondere vor dem Hintergrund der Publikationspraxis internationaler Wettbewerber, deren Inhalte ohne Verweildauer dauerhaft publiziert werden, gewinnt die Anpassung an Relevanz. Durch sog. „Longtail-Effekte“ könnten zudem verstärkt ältere und noch relevante Inhalte zu aktuellen Anlässen erneut genutzt und vernetzt werden. Aus Sicht der GVK wird so der „zeitgemäßen Gestaltung“ (vgl. § 30 Abs. 3 MStV) von Telemedien Rechnung getragen.

Der WDR-Rundfunkrat stellt aus Sicht der GVK zurecht fest, dass der Bezugspunkt von Debatten verloren geht, wenn Inhalte, über die sich Nutzer\*innen in digitalen Kommunikationsräumen austauschen, verschwinden (vgl. Kap. 5.2.3). Die GVK weist vor diesem Hintergrund auf den wechselseitigen Zusammenhang zwischen Community Management und Verweildauerkonzept hin: jede Ausweitung der Verweildauern verlängert den Zeitraum, in dem Redaktionen die Kommentierungen auch älterer Inhalte, die ggf. erneut über soziale Medien verbreitet werden, redaktionell begleiten können müssen. Die GVK sieht hier publizistische Chancen und Risiken, die konzeptionell erfasst und gesteuert werden sollten.



### 3.5 Zum publizistischen Wettbewerb und den marktlichen Auswirkungen

Die GVK kommt zu dem Schluss, dass das Telemedienangebot einen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht leistet und der publizistische Wettbewerb durch das Angebot und seine wesentlichen Änderungen im Sinne einer Vielfaltssteigerung verbessert wird.

Die GVK misst der Überprüfung der Qualität öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote anhand ausgewählter, übergreifender Kriterien eine hohe Bedeutung zu. Sie begrüßt deswegen, dass der WDR-Rundfunkrat qualitative Aspekte der zu genehmigenden Änderungen beleuchtet und damit den publizistischen Nutzen der Angebote bestimmt hat (vgl. Kap. 5.2.3). Grundsätzlich hält es die GVK genau wie der WDR-Rundfunkrat für wesentlich, dass im Non-Linearen dieselben Qualitätsansprüche wie im Linearen gelten. Ausdrücklich honoriert wird das Vorhaben des WDR-Rundfunkrats, die aktualisierten Qualitätskriterien auch für die ständige Telemedienkontrolle heranzuziehen.

Die GVK nimmt zur Kenntnis, dass das marktökonomische Gutachten der Goldmedia GmbH zu dem Ergebnis kommt, dass die wesentlichen Änderungen am Gemeinschaftsangebot sportchau.de keine signifikanten ökonomischen Auswirkungen auf die relevanten Märkte erwarten lässt.

### 3.6 Zum finanziellen Aufwand

Nach Ansicht der GVK liegen keine Anhaltspunkte für grundsätzliche Bedenken hinsichtlich des zu erwartenden finanziellen Aufwands vor. Die GVK empfiehlt im Vollzug des TMÄK eine strikte nachlaufende Kostenkontrolle, wie vom WDR-Rundfunkrat vorgesehen (vgl. Kap. 6.3) und weist darauf hin, dass die digitale Fortentwicklung entsprechende finanzielle Mittel erfordert, wenn sie zum Erfolg führen soll.

## 4. Erste Stufe: Entsprechen die wesentlichen Änderungen den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft?

Nach § 32 Abs. 4 Satz 2 Nr. 1 MStV ist vorliegend im Rahmen der ersten Stufe darzulegen, inwieweit die wesentlichen Änderungen den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entsprechen. Dabei sind sowohl die allgemeinen als auch die telemedienspezifischen Anforderungen der § 26, 30 MStV einschließlich der insoweit geltenden gesetzlichen Ge- und Verbote zu berücksichtigen.

### 4.1 Allgemeine und telemedienspezifische Anforderungen §§ 26, 30 MStV

#### 4.1.1 Ausführungen im TMÄK

In Kap. 4 des TMÄK werden die wesentlichen Änderungen des Telemedienangebots durch den erweiterten Auftrag beschrieben (siehe auch die Zusammenfassung in Abschnitt A) Kap. 3 der

Entscheidungsbegründung). In Kap. 5.1 (S. 44 ff.) des TMÄK wird ausgeführt, warum die wesentlichen Änderungen Bestandteil des Auftrags seien und den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entsprächen.

Die bereits in den geltenden TMK betrachteten Entwicklungen des Medienwandels – Digitalisierung und Konvergenz – hätten sich in den letzten zehn Jahren in großem Ausmaß verstetigt und zum Teil sogar dynamisiert: die Loslösung von linearen Medien durch On-Demand-Angebote, die Personalisierung der digitalen Angebote, eine starke Aufsplitterung der Öffentlichkeiten und ein höherer Bedarf an Orientierung. Gerade hier spielten die öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote auf eigenen und auf Drittplattformen eine besondere Rolle, da sie helfen würden, in einer Flut von Informationen die Übersicht über das Gesamtgeschehen zu behalten und geprüfte und nachprüfbar Nachrichten und Hintergründe zu erhalten. Es hätten sich veränderte Nutzer\*innenerwartungen und kommunikative Bedürfnisse manifestiert, anhand derer die Nutzer\*innen in den Medien navigierten. Die Nutzer\*innen steuerten Angebote an, die zeitlich, sozial und inhaltlich am besten in ihren Alltag und ihre Gedankenwelt passten. Dies zeige sich besonders in Krisensituationen – zuletzt während der Corona-Pandemie.

Diese Entwicklungen und die damit verbundenen Bedürfnisse veränderten die Anforderungen an alle Medienanbieter – und aufgrund seines Funktionsauftrags auch die Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der darauf auch mit den vorliegend in Rede stehenden wesentlichen Änderungen reagiere. Die Medienanbieter, v.a. die mit großen Investitionsmitteln ausgestatteten Bewegtbild-Anbieter, hätten auf die Entwicklungen reagiert. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der nicht an ökonomischen Kriterien ausgerichtet sei, müsse ebenfalls seinen Beitrag dazu leisten, eine enorme Vielfalt an Themen, Perspektiven und Fragestellungen abzudecken, die von anderen Anbietern nicht angeboten werden könnten. Er müsse auf die kommunikativen Bedürfnisse der Gesellschaft antworten, um seinem verfassungsrechtlichen Auftrag gerecht zu werden, meinungsbildend zu wirken und die Medienvielfalt nachhaltig zu sichern und damit als Medium und Faktor des Prozesses freier, individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken.

Beauftragt sei ein umfassender Überblick über das weltweite, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen. Die Angebote hätten der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Beiträge zur Kultur gehörten ebenso zum Auftrag wie die Unterhaltung, die ebenfalls einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen solle. Die Telemedien sollten darüber hinaus die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen, Orientierungshilfe bieten und die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten fördern. Diesen Auftrag setzt die ARD in ihren Telemedien um.

Dies treffe in besonderem Maße auch für die Inhalte der Telemedienangebote der Sportschau zu. Sportschau.de biete die ganze Vielfalt des Sports – vom Spitzensport bis zum Para-, Breiten- und Regionalsport – und garantiere so die Teilhabe aller Sportinteressierten. Dabei liege der Fokus auf Aktualität und Multimedialität, ergänzt durch hintergründige Berichterstattung

und investigative Recherchen. Die Angebote seien soweit wie möglich barrierefrei und setzten die Vorgaben von Datenschutz und Jugendmedienschutz um. Das Angebot sei kostenfrei und verzichte überwiegend auf eine boulevardeske Berichterstattung.

Anhand der ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung in Corona-Zeiten wird im TMÄK erläutert, warum nicht nur bestimmte Altersgruppen, sondern auch verschiedene Nutzertypen oft nur unter Einsatz der wesentlichen Änderungen, v.a. des Auftritts auf Drittplattformen, verlässlich erreichbar seien.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die Ausführungen auf den Seiten 44 bis 47 des TMÄK Bezug genommen.

#### *4.1.2 Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten*

##### *4.1.2.1 Allgemein*

In ihrer Stellungnahme weisen DGB/dju darauf hin, dass das TMÄK den Bedürfnissen der Gesellschaft entspreche und einen geeigneten Beitrag zum publizistischen Wettbewerb darstelle. Durch die Vergrößerung und Ausdifferenzierung des digitalen Angebots erreichten die Öffentlich-Rechtlichen Menschen, die auf digitalen Kanälen Filterblasen und Fake News ausgesetzt seien. DGB/dju verweisen darauf, dass das Bundesverfassungsgericht dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in seinem Urteil vom 18.07.2018 u.a. die Funktion zugeschrieben habe, Gefahren einer Verstärkung gleichgerichteter Meinungen entgegenzuwirken, die er mit den wesentlichen Änderungen wirksamer einlösen könne.

Die DBK stellt fest, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen entscheidenden Beitrag zu Meinungsvielfalt und kultureller Identität in Deutschland leiste. Ein wirksamer öffentlich-rechtlicher Rundfunk, der die Menschen auch in Zeiten der Digitalisierung erreiche, stärke Demokratie und Gesellschaft – im Verbund mit dem privaten Rundfunk und anderen Medienunternehmen.

Die ARD stelle sich mit der Änderung des TMK für sportchau.de ihrer Verantwortung, den durch die Digitalisierung gewandelten Ansprüchen der Online-Nutzer\*innen gerecht zu werden, sich weiterzuentwickeln und regelmäßig zu prüfen. Die moderne, zukunfts- und entwicklungsfähige Ausgestaltung ihrer Angebote sei zentral für die wirksame Erfüllung des Auftrags.

Teilhabegerechtigkeit ist aus Sicht der DBK ein zentraler Wert innerhalb der digitalen Mediengesellschaft. Zur Teilhabe gehöre, alle Menschen dort anzusprechen, wo sie ihre Lebenswelt hätten, damit beitragsfinanzierte Qualitätsinhalte viele Menschen kostenfrei erreichten. Voraussetzung sei der technische und materielle Zugang aller zum Netz durch gute Infrastruktur und Finanzierbarkeit.

Das gemeinsame Erleben von Sportereignissen hat für die DBK einen integrierenden Wert für die Gesellschaft. Sport im Rundfunk könne Lust auf eigene sportliche Aktivitäten machen und zu ehrenamtlichem Engagement in Sportvereinen anregen. Die Telemedienangebote von

sportschau.de sollten dabei auf allen Ausspielwegen ein möglichst breites thematisches Spektrum formatgerecht abdecken. Neben den Sportereignissen selbst gehörten dazu etwa auch kritische Hintergründe, Berichte von Sportarten, die weniger bekannt seien, Geschichten von Sportler\*innen mit und ohne Behinderungen, Perspektiven auf die Werte, die der Sport vermitteln könne.

VAUNET ist der Ansicht, dass der hohe Ausgabenaufwand für Sportrechte nicht mehr verhältnismäßig zum Integrationsauftrag sei, wenn Teaser- und Audience-Flow-Effekte, die Sportübertragungen im linearen Programmen haben könnten, im Telemedienbereich entfielen. Programmliche Verknüpfungen – wie bspw. zur Tagesschau in der Halbzeitpause bei Fußball-Liveübertragungen – gebe es nicht mehr. Dies falle vor allem dann ins Gewicht, wenn den Nutzer\*innen durch im TMÄK geplante Personalisierungs- und Favoriten-Funktionen auf Wunsch primär Inhalte ihres Lieblingsvereins oder ihrer Lieblingssportart angezeigt würden.

Der Intendant kommentiert diesbezüglich, dass die Kosten für diese Online-Angebote im Vergleich zu anderen Produktionen äußerst niedrig seien, wenn Sport(live)Berichterstattungen im Wesentlichen in Online-Streams angeboten würden, wenn andere Wettkämpfe am gleichen Ort auch im linearen TV-Programm übertragen würden oder die Rechte in den TV-Lizenzen miterworben worden seien.

Die Sportschau sehe sich dem Vielfaltsgebot verpflichtet und berichte über zahlreiche verschiedene Sportarten. Es sei nicht richtig, dass Nutzer\*innen ausschließlich ihre präferierten Inhalte gezeigt bekämen. Neben einer redaktionell kuratierten Startseite, die alle Nutzer\*innen sähen, gebe es die Möglichkeit, Sportarten, Wettbewerbe und Vereine auszuwählen, die dann in einem speziellen Bereich angezeigt würden. Dies entspreche dem Interesse des Publikums, da die meisten Nutzer\*innen sportliche Präferenzen hätten.

#### 4.1.2.2 Online Only

Hinsichtlich eigenständiger Audio- und Videoinhalte kommentiert die DBK, dass die Telemedienangebote von sportschau.de die Chance böten, Sportarten, die nicht immer im Fokus der Medien stünden, bewusst einen größeren Raum für die Berichterstattung zu geben. Die Vielfalt des Breitensports in ganz Deutschland könne ebenso exemplarisch deutlich werden. Es sei daher zu begrüßen, wenn sportschau.de verstärkt eigenständige Audio- und Videoinhalte anbiete und somit auf die zunehmend non-lineare Mediennutzung reagiere. Damit die Inhalte bei den Nutzer\*innen erfolgreich seien, sei allerdings eine entsprechende Formatierung notwendig. Nicht nur, aber besonders junge Sportinteressierte erwarteten derartige Angebote.

VAUNET führt an, dass bei einem Telemedienangebot mit Online-Only-Inhalte Zuschauer\*innen bzw. Hörer\*innen, die lediglich die linearen ARD-Angebote nutzten, dort nicht mehr alle von der ARD produzierten Inhalte konsumieren könnten. Die sog. Nonliner erhielten nicht den gleichmäßigen Zugang wie die Onliner. Weiter macht VAUNET geltend, dass Audio-Only-Inhalte nicht im MStV beauftragt seien, sondern nur audiovisuelle Online-Only-Angebote.

In seiner Kommentierung weist der Intendant die auf Online-Only-Inhalte bezogene Kritik von VAUNET, zurück. „Online Only“ sei als (komplementäres) Zusatzangebot zum linearen Programm gedacht. Es stehe allen Nutzer\*innen frei, bestimmte Ausspielwege zu nutzen oder sich auf lineares Programm zu fokussieren. Zudem sei darauf hinzuweisen, dass für bestimmte Produktionen des linearen Programms nicht immer Onlinerechte vorlägen und somit den Onlinenutzern nicht zugänglich gemacht werden könnten. Ein ausschließender Charakter von Online Only lasse sich daraus nicht ableiten. Die Gefahr einer Unterversorgung von „Non-Linern“ mit beitragsfinanzierten Inhalten bestehe nicht.

Im Hinblick auf Audio-Online-Only-Inhalte verneint der Intendant in seiner Kommentierung einen gesetzlichen Verstoß. Der MStV und die amtliche Begründung zum 22. RÄStV böten keinen Anhaltspunkt dafür, dass der Gesetzgeber Audios von der Beauftragung in § 30 Abs. 2 MStV habe ausschließen wollen. Die Neufassung des § 2 Abs. 2 Nr. 29 enthalte eine Definition des Begriffs öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote, die verschiedene Gestaltungsmittel aufzähle. Daraus sei abzuleiten, dass der Gesetzgeber eigenständige Audio-Inhalte in den Telemedienangeboten keinesfalls habe ausschließen wollen.

#### 4.1.2.3 [Drittplattformen](#)

Die DBK beurteilt die Präsenz auf Drittplattformen positiv, da das Zielpublikum dort angesprochen werden müsse, wo es selbst medial aktiv sei. Für viele Nutzer\*innen sei es selbstverständlich, täglich auf großen Social-Media-Plattformen unterwegs zu sein. Zu den Erfolgsfaktoren zählten eine plattformgerechte Anpassung an die jeweilige Plattform und ein aktives Community Management. Eine für Nutzer\*innen leicht durchlässige Verlinkung und Vernetzung mit den eigenen Plattformen und linearen Angeboten sei dabei bewusst anzustreben, damit die inhaltliche Programmvierfalt sichtbar werde und zur Nutzung einlade. Die Inhalte der ARD sollten entsprechend als solche erkennbar bleiben. Besonders im Kontext von Drittplattformen sei ein nachhaltiges Engagement für Jugendmedienschutz, Datenschutz sowie die Vermeidung von Werbung und Sponsoring wünschenswert.

Auch DGB/dju verbinden mit der Nutzung von Drittplattformen die Erwartung an eine sorgfältige und umfassende redaktionelle Betreuung der Inhalte auf Drittplattformen durch ein qualifiziertes Social Media Management, um Hate Speech und Fake News zu vermeiden. Bei allen Aktivitäten auf Drittplattformen solle es auch darum gehen, die Nutzer\*innen auf die eigenen Plattformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aufmerksam zu machen und für deren Nutzung zu gewinnen. Öffentlich-rechtliche Angebote müssten auch auf Drittplattformen als solche erkennbar sein. Inhalte, die die Sportschau auf Drittplattformen platzierte, dürften dort nicht länger zugänglich sein als auf den eigenen Portalen. Sie sollten parallel auch in der ARD-Mediathek zu finden sein und die eigenen Portale nicht ersetzen.

VAUNET bewertet die Präsenz auf Drittplattformen öffentlich-rechtlicher Inhalte kritisch, soweit sie über die Bewerbung für die eigenen Portale hinausgeht (Stichwort Teaser). Dies treffe insbesondere auf originär für diese Plattformen produzierte Online-Only-Inhalte zu.

BDZV/VDZ halten es nur für eine Frage der Bequemlichkeit, dass Nutzer\*innen nicht zugemutet werde, per einem oder über wenige Klicks auf die eigenen Portale zurückgeführt zu werden, um die auf Drittplattformen angeteaserten Inhalte auf den ARD-eigenen Portalen abzurufen. Das Vorhaben der ARD, mit ihren Telemedienangeboten auch auf Drittplattformen präsent zu sein, erkläre sich damit allein aus dem Umstand, dass auf diese Weise zu Lasten der privaten Anbieter öffentlich-rechtliche Reichweitengewinne generiert werden sollen.

Der Intendant erwidert darauf, dass die Beauftragung im MStV keine Beschränkung auf Teaser vorsehe. Vielmehr seien auch plattformspezifische eigenständige Telemedienangebote rechtlich möglich, da sie Teil der Beauftragung seien. Die Behauptung von BDZV/VDZ sei unzutreffend. Die Präsenz von öffentlich-rechtlichen Angeboten auf Drittplattformen schaffe einen publizistischen Mehrwert, da sich dort gezielt Nutzer\*innen-Gruppen ansprechen ließen, die sonst für öffentlich-rechtliche Angebote kaum erreichbar seien. Nur so könne man den gesetzlich festgelegten Auftrag erfüllen, möglichst alle Menschen zu erreichen. Das sei auch der Grund, warum der Gesetzgeber diese Möglichkeit im MStV eröffnet habe. Dass durch dieses auftragsgemäße Handeln möglicherweise eine zusätzliche publizistische Konkurrenz für kommerzielle Anbieter entstehe, sei nach der Rechtsprechung des BVerfG nicht nur hinzunehmen, sondern geboten.

BDZV/VDZ mahnen an, dass die Ausrichtung öffentlich-rechtlicher Inhalte auf die kommunikativen Bedürfnisse der Drittplattformen nicht zu Qualitätsverlusten der Inhalte führen dürfe, nur um deren Aufmerksamkeitslogik zu entsprechen. Es könne nicht im Sinne des Rundfunkauftrags sein, „vermehrt inhaltsleere, rein unterhaltende oder zeitgeistige Beiträge“ zu produzieren, um die Reichweite des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu erhöhen.

Der Intendant stellt klar, dass eine Orientierung an kommunikativen Erfordernissen nicht *eo ipso* einen Verlust an programmlicher Qualität bedeute. Insoweit bewege sich die Stellungnahme im Bereich der spekulativen Befürchtung. Die Inhalte von sportschau.de auch auf Drittplattformen – etwa die Angebote auf YouTube – machten deutlich, dass die Beiträge dort sehr wohl eine hohe Qualität nach Maßgabe öffentlich-rechtlicher journalistischer Standards hätten. Zudem beweise auch das Angebot „funk“, dass plattformgerechte Beiträge öffentlich-rechtliche Qualitätskriterien erfüllten und damit erfolgreich seien.

VAUNET bewertet das Argument des TMÄK, mit der Präsenz auf Drittplattformen jüngere Nutzer\*innen erreichen zu wollen, als zu pauschal und nicht empirisch belegt. Für die ‚funk‘-Zielgruppe bestehe aus Sicht von VAUNET außerdem mit funk bereits grundsätzlich ein Angebot, das für sie öffentlich-rechtliche Inhalte auf Drittplattformen bereitstelle.

In Erwiderung hierauf erklärt der Intendant in seiner Kommentierung, dass sich die Praxis bereits bewährt habe, da die Angebote von sportschau.de – ebenso wie die der kommerziellen Mitbewerber – auf Drittplattformen gut angenommen würden und inzwischen als Informationsquelle dort etabliert seien. Es erfordere somit keine Studie. Es sei nicht relevant, ob Zielgruppen öffentlich-rechtliche Angebote „erwarten“. Teil des gesetzlichen Auftrags sei es, alle

auf allen relevanten Plattformen zu erreichen. Im Übrigen vermittele ‚funk‘ – anders als sport-schau.de – keine originären Sport-Inhalte, könne also die spezifischen Bedürfnisse jüngerer Menschen hinsichtlich der digitalen Sportberichterstattung gar nicht befriedigen.

VAUNET kritisiert zudem, es bleibe unklar, wie die LRA Einfluss auf die Algorithmen nehmen werden, die Drittplattformen einsetzen.

Der Intendant stellt in seiner Kommentierung dazu fest, dass auf die Algorithmen der globalen Plattformen allenfalls der Gesetzgeber Einfluss nehmen könne. Das unterschläge VAUNET in seiner Stellungnahme. Umgekehrt ließe sich fragen, welchen Einfluss kommerzielle Sender in diesem Bereich geltend machten. In seiner Kommentierung ergänzt der Intendant aber auch, dass die ARD ihren Einfluss bei Plattformbetreibern nutzen werde, um positiv auf den Markt einzuwirken.

VAUNET kritisiert weiterhin, dass aus dem TMÄK nicht erkennbar sei, wie der WDR dafür sorgen wolle, die Einhaltung der Qualitätsmaßstäbe der Rundfunkanstalten sicherzustellen und zu kontrollieren.

Der Intendant verweist darauf, dass alle von der ARD verantworteten Angebote – unabhängig davon, über welche Plattformen sie verbreitet würden – denselben journalistisch-redaktionellen Qualitätsanforderungen unterlägen. Anspruch und Ziel der ARD sei es, den öffentlich-rechtlichen Auftrag nach den geltenden Qualitätskriterien plattformspezifisch, mediengerecht und nutzerzentriert zu erfüllen. Der Gesetzgeber habe explizit anerkannt, dass dafür auch die Möglichkeit eingeräumt werden müsse, Inhalte auf Drittplattformen und Online Only anzubieten.

Für VAUNET bleibt unbegründet und offen, nach welchen Kriterien die Auswahl der zu nutzenden Drittplattformen vorgenommen und wie deren Relevanz künftig ermittelt werden soll.

In seiner Kommentierung erklärt der Intendant dazu, dass die Auswahl der Drittplattformen unter journalistisch-redaktionellen Gesichtspunkten und Beachtung des gesetzlichen Programmauftrags erfolge. Die Relevanz der jeweiligen Drittplattform und der jeweiligen Zielgruppe(n) seien wesentliche Kriterien. Aufgrund der hohen Dynamik der Veränderung und des Hinzukommens neuer Anbieter seien es Einzelentscheidungen, die in zyklischen Abständen auf ihre Auftrags Erfüllung und ihren Erfolg hin überprüft werden müssten.

#### 4.1.2.4 Verweildauern

Für die DBK gehört es inzwischen zum Alltag der Mediennutzung, Audio- und Video-Angebote zeitunabhängig online abrufen zu können. Eine den rechtlichen Rahmenbedingungen entsprechende differenzierte Erweiterung der Verweildauer von Inhalten sei richtig. Auch für das Themenfeld der Sportberichterstattung sei es förderlich, wenn zum Beispiel hochwertige, recherchestarke Hintergrund-Reportagen länger abrufbar seien.

VAUNET lehnt die Ausweitung der Verweildauern ab. Es gebe auch keine hinreichende Begründung für die Aussage im TMÄK, die ARD würde bei fehlender Ausdehnung der Verweildauern ihre Glaubwürdigkeit verlieren. Im Gegenteil habe die ARD-Mediathek, in welche die Sportschau eingebunden sei, laut ARD/ZDF-Onlinestudie von 2009 auf 2020 die Zahl der Page Impressions von 22,1 auf 604,7 Mio. gesteigert, sodass von einer sinkenden Akzeptanz der ARD-Telemedien auf Basis der geltenden Verweildauerfristen nicht die Rede sein könne.

Dem hält der Intendant entgegen, dass längere Verweildauern von Nutzer\*innen erwartet würden und marktüblich seien. Speziell die 7-Tage-Regelung für fiktionale Inhalte sei in Zeiten permanent bereitstehender Angebote globaler Konzerne nicht mehr vermittelbar. Insofern wäre die Akzeptanz der Telemedien bei kürzeren Verweildauern bedroht.

Ähnlich sehen es DGB/dju. Ein verpflichtendes Depublizieren von Inhalten aus den öffentlich-rechtlichen Mediatheken sei nicht zeitgemäß. Begrenzte Verweildauern widersprächen den berechtigten Erwartungen aller Beitragszahler\*innen, einmal bezahlte Inhalte dauerhaft online vorzufinden. In dem Kontext mahnen DGB/dju an, dass verlängerte Laufzeiten eine sorgfältige Kuratierung der Inhalte verlange, um überquellende Datenplattformen zu vermeiden.

Aus Sicht von VAUNET sind die Inhalteskategorien des Verweildauerkonzepts deutlich allgemeiner formuliert als noch im sportschau.de-TMK von 2010. Was die konkrete Kategorisierung der Verweildauern angeht, erschließt sich für VAUNET zudem nicht, warum in das Verweildauerkonzept für sportschau.de auch neue Kategorien wie „Fiktionale Inhalte“, „Kinder“ oder „Debütfilm“ Eingang gefunden haben.

In der Kommentierung des Intendanten wird dazu erklärt, dass die gesamten Verweildauervorgaben nur der Vollständigkeit halber im TMÄK aufgenommen worden seien. Für den Sport gälten explizit z.B. die Vorgaben des MStV zur Regelung der Sportgroßereignisse und der 1. und 2. Fußball-Bundesliga. Neben diesen Regeln gebe es darüber hinaus auch noch Verweildauer-Vorgaben durch den jeweiligen Rechteinhaber der einzelnen Sportarten oder der einzelnen Veranstaltung. Dadurch seien die Inhalte zumeist zeitlich reglementiert. Sportdokumentationen oder Reportagen, die nicht den o.g. Regelungen unterlägen, ermöglichten durch verlängerte Verweildauern den Nutzer\*innen eine längere Nutzungsdauer öffentlich-rechtlicher Telemedien und dienten dem durch Art. 5 Abs. 1 GG geschützten freien publizistischen Wettbewerb.

VAUNET äußert bezüglich der Verweildauern die Sorge, dass der Regelungszweck des § 32 Abs. 1 Satz 2 MStV dann unterlaufen werde, wenn die Regelungen zu Online Only, Online First und Verweildauerkonzepten derart ineinandergriffen, dass eine Depublizierung de facto nicht mehr erfolgen müsse. Besonderen Klärungsbedarf sieht VAUNET bezüglich des Beginns der Verweildauerfristen für die eigenständigen Inhalte. Im Konzept sei kein Fixpunkt gesetzt, ab dem die Verweildauerfrist starte. Zudem fehle ein einheitlicher Fixpunkt für die Bereitstellung von Sendung zum Abruf vor der linearen Ausstrahlung (Online First).



Die Aussagen von VAUNET sind aus Sicht des Intendanten nicht zutreffend. Sie unterstellten, dass sich Online First und Online Only unmittelbar auf die Verweildauern von Inhalten auswirkten. Das sei nicht der Fall. Die genannten Begriffe beschrieben lediglich die Online-Bereitstellung von Content in Bezug zu dessen linearer Ausspielung. Davon unbenommen gälten die im Verweildauerkonzept beschriebenen, präzise definierten Fristen.

Depublizierungen erfolgten aus journalistisch-redaktionellen Entscheidungen bzw. jeweils am Ende der festgelegten Verweildauern. Dies schließe die erneute Publizierung aus journalistisch-redaktionell gegebenem Anlass und in journalistisch-redaktionellen Kontexten nicht aus.

Der Intendant erklärt außerdem, dass die Verweildauerfristen für Online-Only- sowie für Online-First-Inhalte mit dem Zeitpunkt der Erstveröffentlichung beginnen und verweist für weitere inhaltliche Erläuterungen auf S. 38 ff. des TMÄK. Beschränkungen bei Online First würden bei vielen Formaten den Mehrwert der Online-Nutzung im Sinne eines Informationsangebots ad absurdum führen. Im Sinne der Zuschauer\*innen wäre eine Verschärfung der bestehenden Regeln kontraproduktiv.

#### *4.1.3 Bewertung des Rundfunkrats*

Nach § 26 Abs. 1 MStV besteht der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten insbesondere darin, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier, individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Vor diesem Hintergrund konkretisiert § 30 MStV den öffentlich-rechtlichen Telemedienauftrag.

Die vier vorliegend prüfungsgegenständlichen wesentlichen Änderungen setzen die eingangs beschriebene Novellierung des Telemedienauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks um. Danach zählt der Gesetzgeber selbst Online-First- und Online-Only-Inhalte sowie die journalistisch-redaktionell begründete Präsenz auf Drittplattformen zum öffentlichen-rechtlichen Telemedienauftrag und geht damit von entsprechenden demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen aus. Auch das neue Verweildauerkonzept trägt den geänderten staatsvertraglichen Vorgaben Rechnung.

Das TMÄK nennt in diesem Zusammenhang als zentrale Argumente für die Befriedigung demokratischer, sozialer und kultureller Bedürfnisse der Gesellschaft durch die wesentlichen Änderungen, dass diese Änderungen auf das grundsätzlich veränderte Mediennutzungsverhalten und die dementsprechend veränderten Erwartungen der Nutzer\*innen reagieren. Auch aus Sicht des Rundfunkrats ist es für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrags erforderlich, den individuellen Bedürfnissen der Mediennutzung in inhaltlicher, zeitlicher und „örtlicher“ Hinsicht zu entsprechen und dadurch die demokratischen, kulturellen und sozialen Bedürfnisse dort und dann zu befriedigen, wo und wenn sie be- und entstehen. Vor diesem

Hintergrund ist es aus Sicht des Rundfunkrats erforderlich, zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrags das Publikum am Punkt der Mediennutzung anzusprechen und die angebotenen Inhalte inhaltlich und zeitlich entsprechend diesen Bedürfnissen anzubieten.

Diesem Grundgedanken folgend tragen die im TMÄK genannten wesentlichen Änderungen den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft nach Einschätzung des Rundfunkrats Rechnung und werden daher zur Erfüllung des Funktionsauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung angeboten.

So entsprechen die zeitsouveräne Nutzung und die spezifischen Gestaltungs- und Genremöglichkeiten von Online-Only-Inhalten der Erwartungshaltung der Nutzer\*innen – mithin ihren Bedürfnissen – und führen deshalb zu deren vermehrter Ansprache und damit korrespondierender Bedürfnisbefriedigung. Auch die Möglichkeit von Online-First-Inhalten trägt der Tatsache Rechnung, dass die Nutzung (gerade, aber nicht nur durch junge Nutzer\*innen) verstärkt „on demand“ und nicht mehr entlang von festgelegten Sendeschemata stattfindet, was wiederum Ausdruck entsprechender kommunikativer Bedürfnisse ist, deren Befriedigung dem Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks entspricht.

Gleiches gilt für die im TMÄK auch gemäß § 32 Abs. 1 Satz 3 MStV begründete Nutzung öffentlich-rechtlicher Inhalte auf Drittplattformen, hinsichtlich derer das TMÄK auch die vorgesehenen Maßnahmen zur Berücksichtigung des Jugendmedienschutzes, des Datenschutzes sowie des § 30 Abs. 6 Satz 1 MStV beschreibt (vgl. TMÄK, S. 33ff.) Für viele Nutzer\*innen gerade jüngerer Zielgruppen gehört die Rezeption von Inhalten und der Austausch über Social-Media-Kanäle längst zum gewohnten und dominanten Nutzungsverhalten. Den damit einhergehenden veränderten demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen trägt im Anschluss an den Gesetzgeber des § 30 Abs. 4 Satz 2 MStV auch das TMÄK von sportschau.de Rechnung. Gerade hinsichtlich der Zielgruppen, deren Mediennutzungsverhalten sich überwiegend auf Drittplattformen abspielt, ist eine öffentlich-rechtliche Präsenz auf diesen Plattformen erforderlich, um den öffentlich-rechtlichen Auftrag aus §§ 26, 30 MStV erfüllen zu können. Denn die Erfüllung dieses Auftrags setzt voraus, dass die Zielgruppen auch erreicht werden. Gleichzeitig sollte die ARD darauf hinwirken, Nutzer\*innen, die über Drittplattformen erreicht würden, wo möglich, auf die eigenen Plattformen zurückzuführen und dort mit einem attraktiven und zielgruppengerechten Angebot zu binden.

Auch das Verweildauerkonzept trägt den geänderten staatsvertraglichen Vorgaben Rechnung. Insbesondere enthält es, wie in § 32 Abs. 1 Satz 2 MStV formuliert, angebotsabhängige differenzierte Befristungen für die Verweildauern (mit Ausnahme der unbefristet zulässigen Archive). Es entspricht den Nutzer\*innenerwartungen und -bedürfnissen nach möglichst langer Auffindbarkeit öffentlich-rechtlicher Angebote. Die zugrunde gelegten Eckpunkte für die Bemessung der Verweildauern erscheinen dem Rundfunkrat plausibel. Dazu gehört auch, dass

ausgewählte Inhalte mit transparent nachvollziehbarer Begründung, z.B. wegen eines fortdauernden gesellschaftlichen Diskurses aus zeit- und kulturgeschichtlichen Gründen in ein Archiv überführt und zeitlich unbefristet angeboten werden können.

Die beschriebenen demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse bestehen auch im Hinblick auf die Sportberichterstattung und das Angebot von sportschau.de. Die zu konstatierenden Veränderungen des Nutzungsverhaltens und der Nutzererwartungen gelten für die Sportberichterstattung gleichermaßen wie für die Berichterstattung zu anderen Themenfeldern. Die Sportberichterstattung bildet zudem – auch mit Blick auf die Bedeutung des Sports für die Wertebildung in der Gesellschaft – einen integralen Bestandteil des Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die in Rede stehenden wesentlichen Änderungen tragen substantiell zur Erfüllung dieses Auftrags und der korrespondierenden demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse bei. Einige Beispiele verdeutlichen dies:

So ist jenseits von Live-Übertragungen die Möglichkeit einer zeitsouveränen Nutzung öffentlich-rechtlicher Inhalte im Bereich der Sportberichterstattung von gleichermaßen hoher Bedeutung wie in anderen Feldern der Berichterstattung. Das Angebot von Online-Only-Inhalten ermöglicht zudem eine (Live-)Berichterstattung außerhalb der Sendeschemata und auch jenseits des populären Spitzensports, der im linearen Programm häufig im Vordergrund steht. Zu Recht nennt das TMÄK hier die erweiterten Berichterstattungsmöglichkeiten etwa im Bereich des Para-, Breiten- und Regionalsports, die zur Teilhabe aller Sportinteressierten beiträgt und daher deren Bedürfnissen entspricht. Als weiteres Beispiel von Online-Only-Inhalten sind Podcasts zu nennen, die sich – wiederum den Nutzererwartungen entsprechend – mit Themen des Sports in genrespezifischer Weise befassen.

Online-First-Inhalte ermöglichen es darüber hinaus, öffentlich-rechtliche Inhalte wiederum unabhängig von Sendeschemata und ab dem Zeitpunkt ihrer Relevanz für die öffentliche und gesellschaftliche Meinungs- und Wertebildung zur Verfügung zu stellen. Dies gilt beispielsweise, aber nicht nur, für investigative Berichte etwa zu den Themen Doping und Missbrauch im Sport, aber auch für Hintergrundberichte und andere Reportagen aus dem Sport.

Gerade – aber nicht nur – in diesen Fällen ermöglichen die verlängerten Verweildauern, den auch insoweit bestehen Nutzererwartungen, auf diese Inhalte dauerhaft und im Anschluss an ihre Veröffentlichung über einen längeren Zeitraum zugreifen zu können, zu entsprechen. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Berichterstattungen ihrerseits eine gesellschaftliche Debatte auslösen bzw. Gegenstand der öffentlichen Diskussion sind.

Auch und gerade im Bereich des Sports findet zudem ein erheblicher Teil der öffentlichen Diskussion auf Drittplattformen statt, sodass die Erwägungen, aufgrund derer hinsichtlich der Präsenz auf Drittplattformen ein demokratisches, soziales und kulturelles Bedürfnis besteht, auch und erst recht für diesen Bereich gelten. Ohne eine solche öffentlich-rechtliche Präsenz wäre zu befürchten, dass die öffentlich-rechtliche Sportberichterstattung aufgrund des geän-

dernten Mediennutzungsverhaltens erhebliche Teile der Zielgruppe nicht oder nur noch punktuell erreichen würde. Auch hier gilt, dass die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags voraussetzt, dass die Zielgruppen auch erreicht werden.

Der Rundfunkrat hält die im TMÄK vorgenommene Plausibilisierung des Einlösens von Nutzer\*innenbedürfnissen anhand des Beispiels der Corona-Pandemie für hilfreich. Auch die aktuelle Lage des Kriegs Russlands mit der Ukraine zeigt deutlich, wie individuell die Bedürfnisse der Medien-Nutzung sind und vor welche Herausforderungen das die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten stellt.

Gleichwohl stellt der Rundfunkrat der Vollständigkeit halber fest, dass die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse von Nutzer\*innen auch außerhalb von Krisenzeiten und -lagen mit den geplanten wesentlichen Änderungen erfüllt werden, zumal die im TMÄK beschriebene Veränderung von Nutzungserwartungen und -verhalten auch bereits vor und unabhängig von der Corona-Pandemie und dem Konflikt in der Ukraine bestanden und bestehen.

Hinsichtlich der unter 4.1.2 im Einzelnen dargestellten Einwände in den Stellungnahmen Dritter schließt sich der Rundfunkrat der jeweiligen Einschätzung/Erwiderung des Intendanten an. Ergänzend weist der Rundfunkrat im Hinblick auf einzelne Einwände auf Folgendes hin:

- Der Rundfunkrat teilt die von VAUNET vorgebrachten Einwände aus den in der Kommentierung des Intendanten dargelegten Gründen in Bezug auf den Integrationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei Online-Only-Inhalten nicht.

Insbesondere führt das Angebot von öffentlich-rechtlichen Online-Only-Inhalten nicht zu einer Einschränkung der Angebote im linearen Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Vielmehr wird der Integrationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch dadurch erfüllt, dass auch die Nutzer\*innen, deren Mediennutzung überwiegend online und non-linear erfolgt (und die daher auf lineare Inhalte nicht oder nur eingeschränkt zugreifen), entsprechend den bestehenden demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen mit öffentlich-rechtlichen Inhalten erreicht werden. Online-Only-Angebote erfolgen mithin zusätzlich zum linearen, auch „Non-Linear“ zugänglichen Angebot, sie gehen demgegenüber nicht auf Kosten des linearen Angebots und bewirken keinen Ausschluss von „Non-Linear“. Sie haben vielmehr einen beide Nutzer\*innengruppen integrierenden Effekt.

- Der Rundfunkrat teilt die Auffassung des Intendanten, dass § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 Alt. 2 MStV nicht nur eigenständige audiovisuelle, sondern auch eigenständige Audio-Inhalte umfasst. Hierfür spricht auch aus Sicht des Rundfunkrats etwa, dass § 30 Abs. 1 MStV die Definition öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote in § 2 Nr. 29 MStV in Bezug nimmt (vgl. auch § 3 Abs. 5 WDR-Gesetz, der die grundsätzliche Zulässigkeit von ausschließlich im Internet veranstalteten Hörfunkprogrammen voraussetzt). Diese staatsvertragliche Definition ist ihrerseits nicht auf audiovisuelle Inhalte beschränkt, sondern umfasst – unter anderem – auch reine Audio-Inhalte.

Auch darüber hinaus ist kein Grund ersichtlich, warum der Gesetzgeber in die – ohnehin nicht abschließende – Konkretisierung des öffentlich-rechtlichen Telemedienauftrags durch § 30 Abs. 2 MStV eigenständige audiovisuelle Inhalte, nicht aber auch eigenständige Audio-Inhalte hätte aufnehmen wollen. Vielmehr ist der Begriff der audiovisuellen Inhalte in diesem Zusammenhang als ein Oberbegriff zu verstehen, der auch reine Audio-Inhalte umfasst. Dies gilt erst recht vor dem Hintergrund, dass es sich beispielsweise bei Podcasts um einen internetspezifischen Audio-Inhalt handelt, dessen Ausschluss vom novellierten öffentlich-rechtlichen Telemedienauftrag, mit dem der Gesetzgeber gerade auf veränderte Nutzungsgewohnheiten und -erwartungen reagiert hat, fernliegend erscheint.

## 4.2 Prüfung auf Verstoß gegen gesetzliche Ge- und Verbote

### 4.2.1 Barrierefreiheit

§ 30 Abs. 3 Satz 2 MStV verlangt, dass die Gestaltung öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote die Belange von Menschen mit Behinderungen besonders berücksichtigen soll, insbesondere in Form von Audiodeskription, Bereitstellung von Manuskripten oder Telemedien in leichter Sprache.

Im TMÄK zu sportschau.de wird dem entsprochen. Es wird betont, dass es den LRA ein besonderes Anliegen sei, ihre Fernseh-, Hörfunk- und Onlineangebote im Rahmen der technischen und finanziellen Möglichkeiten weitestgehend barrierefrei zu gestalten, um allen Menschen die Teilhabe am vielseitigen Angebot und den Zugang zu Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung zu ermöglichen. Dabei nähmen die LRA innerhalb des Marktes eine besondere Stellung ein und hoben sich von zahlreichen Mitbewerbern ab. Im TMÄK werden Maßnahmen zur Erreichung von größtmöglicher Barrierefreiheit in Kap. 3.3 „Maßnahmen für Datenschutz, Jugendschutz und Barrierefreiheit“ konkret beschrieben (S. 25 f.).

DGB/dju betonen in ihrer Stellungnahme auch, dass der Barrierefreiheit bei der Zugänglichkeit zu wertvollen Inhalten des digitalen Angebots – insbesondere in der ARD-Mediathek und der ARD-Audiothek – eine besondere Bedeutung zukommt. Der Intendant bekräftigt in seiner Antwort, dass die Umsetzung aktueller Vorgaben zur Barrierefreiheit sowie deren Ausbau zu den zentralen Projekten der Online-Arbeit im WDR gehörten.

### 4.2.2 Verbot der Presseähnlichkeit

Gemäß § 30 Abs. 7 MStV dürfen Telemedienangebote nicht presseähnlich sein. Dieses Verbot der Presseähnlichkeit wurde mit dem 22. RÄStV neu gefasst. Außerdem wurde in Entsprechung der staatsvertraglichen Regelung mit BDZV und VDZ eine Vereinbarung zur Einrichtung einer Schlichtungsstelle geschlossen.

Das TMÄK (S. 26 f.) nimmt auf die Neuregelung des Verbots presseähnlicher Telemedienangebote Bezug, stellt sie dar und führt aus, dass die Telemedienangebote alle staatsvertraglichen

Voraussetzungen erfüllten. Es wird darauf verwiesen, dass sich die Schwerpunktsetzung mittels Bewegtbild und Ton auf das gesamte Telemedienangebot bezieht, und ausgeführt, wie die ARD und der WDR Presseähnlichkeit entgegenwirken.

Soweit in Stellungnahmen Dritter (BDZV/VDZ) diese Ausführungen für unzureichend gehalten werden, verweist der Intendant in seiner Kommentierung darauf, dass die prüfungsgegenständlichen wesentlichen Änderungen nicht die Maßnahmen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit betreffen. Es treffe nicht zu, dass die Darstellung dieser Maßnahmen ein maßgeblicher Bestandteil des TMÄK hätte sein müssen. Gleichwohl beschreibe das TMÄK, entsprechend den staatsvertraglichen Anforderungen, im gebotenen Umfang Maßnahmen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit. Alle ARD-Angebote unterlägen insoweit denselben staatsvertraglichen Bestimmungen. Dennoch hat der Intendant ausführlich auf die vorgebrachte Einzelkritik Dritter zum Thema Presseähnlichkeit erwidert.

Dies hat der Rundfunkrat zur Kenntnis genommen und kann die Einschätzungen des Intendanten nachvollziehen. Das gilt insbesondere für den Verweis darauf, dass sich das Verbot der Presseähnlichkeit auf das genehmigte Telemedienangebot in seiner Gesamtheit bezieht und die wesentliche Änderung Online Only / Online First schon deshalb nicht gegen das Verbot der Presseähnlichkeit verstößt, weil es sich dabei nach dem Gesetzeswortlaut explizit um audiovisuelle Inhalte bzw. Sendungen handelt (vgl. § 30 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 MStV). Die Frage der Verweildauer steht ihrerseits in keinem Zusammenhang zur Frage einer etwaigen Presseähnlichkeit. Anhaltspunkte dafür, dass es bei Angeboten auf Drittplattformen zu einer presseähnlichen Gestaltung kommt, ergeben sich aus dem TMÄK nicht.

Insofern bezieht sich die Kritik von BDZV/VDZ aus Sicht des Rundfunkrats damit auf das Gesamtangebot von sportschau.de, nicht aber auf die wesentlichen Änderungen, die hier vorliegend allein den Prüfungsgegenstand bilden.

Dessen ungeachtet wird der Rundfunkrat die im WDR und in der ARD getroffenen Maßnahmen, Leitplanken und Empfehlungen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit i. R. d. ständigen Telemedienkontrolle im Blick behalten. Im Falle von (von Dritten) beanstandeten Einzelfällen von Verstößen gegen das Verbot der Presseähnlichkeit ist zunächst die o.g. Schlichtungsstelle die vorgesehene Institution, um Streitfälle aufzurufen und einer Klärung zuzuführen.

#### *4.2.3 Verbot flächendeckender lokaler Berichterstattung*

Verboten ist in Telemedienangeboten – wie insgesamt für Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – gemäß § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 3 MStV eine flächendeckende lokale Berichterstattung.

Für BDZV/VDZ liege die „Gefahr auf der Hand“, dass von den linearen Programmen vollständig losgelöste Online-Only-Inhalte zum Einfallstor für flächendeckende lokale Berichterstattung werden, um auch insoweit den Nutzererwartungen zu entsprechen. BDZV/VDZ sind der Ansicht, dass in den Telemedien der ARD ein staatsvertragswidriger Trend zur Veröffentlichung

von presseähnlichen Texten, die lediglich von lokalem Interesse sind, zu beobachten sei. Solche sollten nach dem Konzept auch grundsätzlich bei der Sportschau im Layout eingebettet – und sich somit zu eigen gemacht – werden. Im TMÄK müsse erläutert werden, wie dem Einhalt geboten werden solle.

Der Intendant führt dazu aus, dass auch bei Online-Only-Inhalten das Verbot flächendeckender lokaler Berichterstattung eingehalten werde. Eine Berichterstattung über Ereignisse ohne eine Anknüpfung an eine bestimmte Örtlichkeit sei jedoch in vielen Fällen weder möglich noch verboten.

VAUNET ist der Ansicht, dass die Schwerpunktsetzung von sportschau.de auf überregionale Sportberichterstattung weiterhin zentral bleiben sollte. Ein weiterer Ausbau in Richtung Regionalsport lehnt VAUNET ab. Sportschau.de dürfe neben den Regionalangeboten der LRA nicht zu einer zweiten Säule umfangreicher Lokal- und Regionalsportberichterstattung werden.

Der Intendant verweist in seiner Kommentierung darauf, dass die ARD in ihren Angeboten auch einen umfassenden Überblick über das regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben habe. Sport sei ein solcher wesentlicher Lebensbereich sowie ein wichtiger regionaler Identifikationsfaktor. Würde sportschau.de diesen Sachverhalt ignorieren, würde der gesetzliche Programm- und Versorgungsauftrag negiert bzw. vernachlässigt.

Der Rundfunkrat schließt sich den Ausführungen des Intendanten in eigener Beurteilung an.

#### *4.2.4 Verbot von Werbung mit Ausnahme von Produktplatzierung*

Verboten ist gem. § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 1 MStV in Telemedienangeboten zudem Werbung mit Ausnahme von Produktplatzierung. § 30 Abs. 6 MStV konkretisiert dies, indem für die Verbreitung von Telemedien außerhalb der von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten jeweils eingerichteten eigenen Portalen Pflichten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks benannt sowie mögliche Einnahmen durch Werbung ausgeschlossen werden.

In Bezug auf die die Rolle und Bedeutung von Drittplattformen betreffende wesentliche Änderung führt die ARD im TMÄK (S. 34) aus, im kommerziellen Umfeld der Drittplattformen lasse sich nicht vollständig vermeiden, dass Nutzer\*innen mit ARD-fremder Werbung konfrontiert würden. Die ARD strebe an, dass die Verbreitung der Telemedien der LRA auf Drittplattformen in einem möglichst werbe- und sponsoringfreien Umfeld erfolge. Entsprechende Möglichkeiten auf der Plattform würden genutzt.

BDZV/VDZ monieren, dass das Problem von Werbung im Umfeld von Inhalten auf Drittplattformen im TMÄK erkannt werde, aber ohne Beschreibung konkreter Maßnahmen, die diesbezüglich ergriffen würden. Offenbar werde billigend in Kauf genommen, dass Inhalte mit dem üblichen Werbeumfeld versehen werden oder auch eine werbliche (Dritt-) Wirkung haben könnten. Auch VAUNET weist darauf hin, dass es keine Garantie für ein werbe- und sponsoringfreies Umfeld auf Drittplattformen gebe. Die Passage, man strebe ein "möglichst werbe-

und sponsorenfreies Umfeld" an, reiche nicht aus, um den gesetzlichen Anforderungen ausreichend gerecht zu werden.

Hierauf erwidert der Intendant, das aus dem MStV folgende Werbeverbot werde auch im Bereich der Nutzung von Drittplattformen eingehalten. Diesbezüglich gebe es in § 30 Abs. 6 MStV den Auftrag, dafür „Sorge zu tragen“, dass das Werbeverbot eingehalten wird. Dies geschehe dadurch, dass in den konkreten Drittplattformnutzungen die werbefreien Angebote der ARD so platziert werden, dass etwaige Werbung in ihrem Umfeld die Nutzer\*innen als Werbung der Drittplattform erreiche, so anmute und gerade nicht dem öffentlich-rechtlichen Angebot zugerechnet werde. In den Distributionsrichtlinien sei außerdem Werbung, die der ARD zugerechnet werden könnte, ausgeschlossen. Soweit möglich, werde die Werbefreiheit auf den Drittplattformen immer durch die ARD eingefordert und umgesetzt. Davon abgesehen habe die Werbung auf den Seiten der Drittplattformen keinen Bezug zu den dort veröffentlichten Inhalten und werde ihnen nicht zugerechnet.

Der Intendant verweist außerdem auf die Richtlinie für die Verbreitung von WDR-Inhalten auf Drittplattformen. Diese nehme auch das TMÄK in Bezug. Mithin sei die vorgenommene Konkretisierung im TMÄK hinreichend.

Der Rundfunkrat hat sich mit der Frage, wie Werbefreiheit im Umfeld öffentlich-rechtlicher Inhalte auf Drittplattformen möglichst garantiert werden kann, bereits beschäftigt, als ihm die „Richtlinien für die Verbreitung von WDR-Inhalten auf Drittplattformen“ am 04.02.2020 zur Genehmigung vorgelegt wurden. Die darin enthaltenen Regelungen für Maßnahmen zur Einhaltung des Werbeverbots in Telemedien bleiben auch durch das Genehmigungsverfahren des DST unberührt und sind in das TMÄK integriert worden. Das entspricht insoweit den Anforderungen des Rundfunkrats.

Die SK DST hat ihre Prüfung des TMÄK zudem zum Anlass genommen, sich vom Intendanten konkreter darlegen zu lassen, wie Werbeschaltung im Umfeld öffentlich-rechtlicher Inhalte auf Drittplattformen konkret vermieden werden soll und – falls das nicht gänzlich möglich ist – wie Einfluss auf die Art der geschalteten Werbung genommen werden kann.

In seiner Antwort verweist der Intendant auf die in den o.g. Richtlinien vereinbarten Konkretisierungen für plattformtypische Werbeformen wie Pre-, Mid- und/oder Post-Roll-Werbung. Soweit möglich, würden diese Vorgaben auch in bilateralen Verträgen mit Drittplattformen umgesetzt und abgesichert. Bei YouTube habe bspw. Pre- und Post-Roll-Werbung vertraglich ausgeschlossen werden können. Dies sei aber nicht auf allen Plattformen – etwa bei Podcasts – möglich und durchsetzbar. Was die Art der im Umfeld von sportschau.de geschalteten Werbung angehe, sei festzustellen, dass die ARD insoweit nur über eingeschränkte Möglichkeiten der Einflussnahme verfüge. Dies gelte insbesondere dann, wenn der Plattformanbieter eine marktbeherrschende Stellung habe. Anders stelle sich die Konstellation dar, wenn es zwingende inhaltliche Gründe gebe – also etwa Jugendschutzgründe bei Angeboten für Minderjährige.



Im Rahmen seiner Antwort weist der Intendant weiter darauf hin, dass § 30 Abs. 6 MStV kein uneingeschränktes Verbot von Werbung im Sinne eines strikten Rechtssatzes formuliere, sondern die rechtlich weniger verbindliche Sollvorschrift, „für die Einhaltung Sorge (zu) tragen“. In dieser konkreten gesetzgeberischen Ausgestaltung in Form einer Art Bemühensklausel spiegelt sich das gesetzgeberische Wissen um die Realitäten auf Drittplattformen.

Der Rundfunkrat schließt sich der Auffassung des Intendanten unter Berücksichtigung der auf Nachfrage der SK DST erfolgten konkretisierenden Ausführungen an und kommt zu dem Ergebnis, dass sich aus dem TMÄK kein Anhaltspunkt für einen Verstoß gegen § 30 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 MStV ergibt.

#### *4.2.5 Verbotene Angebotsformen gem. der sog. Negativliste, hier: Nr. 14, nicht-sendungsbezogene Spiele*

Verboten sind in Telemedienangeboten gem. § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 4 MStV überdies die in der Anlage zum MStV aufgelisteten Angebotsformen der sog. Negativliste.

VAUNET steht den Plänen der ARD ablehnend gegenüber, wonach der WDR verstärkt auf Videogame-Plattformen (mit eigenen Spielen oder innerhalb von Drittanbieter-Spielen) präsent sein möchte. Diesem Vorhaben stehe die Regelung in Nr. 14 der „Negativliste“ entgegen. Eigenständige Spiele und Let’s-Play-Formate seien vom Auftrag nicht umfasst. Zudem besäße die Präsenz auf Videogame-Plattformen aus Sicht von VAUNET eine neue Qualität und würde einen Präzedenzfall darstellen, da bei Videogame-Plattformen spielerischer Zeitvertreib und Unterhaltung gegenüber der Vermittlung von Bildung und Information im Vordergrund stünden. BDZV/VDZ halten den Umstand, dass mittlerweile unter dem Stichwort „E-Sports“ eine zunehmende Professionalisierung im Gaming-Bereich eingetreten sei, für keine stützende Begründung für den aus ihrer Sicht breiten Auftritt der Sportschau im Gaming-Markt. Beim überwiegenden Teil der angebotenen Spiele handle es sich um Unterhaltungstitel, die nichts mit dem Kernauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu tun hätten.

Der Intendant erläutert hierzu in seiner Kommentierung, die ARD bzw. der WDR wollten keine Spiele anbieten. Es gehe darum, dass Spielplattformen neue Kommunikationskanäle böten, um publizistische Angebote an bestimmte Zielgruppen zu vermitteln. Innerhalb dieser Kommunikationskanäle wolle die ARD die Möglichkeit haben, nach journalistisch-redaktionellen Maßstäben z.B. Bildungs- und Lerninhalte zu bewerben oder zu platzieren: „So sollen im gesetzlichen Rahmen und unter Beachtung der Beschränkungen aus Nr. 14 der sogenannten Negativliste öffentlich-rechtliche Qualitäts-Inhalte in Form von eigenen Spielen oder innerhalb von Drittanbieter-Spielen angeboten werden.“ Das Verbot in Nr. 14 der Negativliste gemäß § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 4 MStV beziehe sich auf eigene Spielangebote öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten ohne Bezug zu einer Sendung. Es verbiete hingegen nicht die Präsenz auf jenen Plattformen.

Die SK DST hat sich auf Nachfrage vom Intendanten ergänzend erläutern lassen, was mit öffentlich-rechtlichen Inhalten innerhalb von Spielen auf Drittplattformen gemeint ist, worin insoweit der publizistische Nutzen liegt und ob und wie eigene Spielangebote mit dem Verbot von Nr. 14 der Negativliste vereinbar und geplant sind.

Der Intendant hat in seiner Antwort erneut klargestellt, dass die ARD keine Spiele anbiete, die nicht den staatsvertraglichen Vorgaben entsprächen, was auch auf der Grundlage des TMÄK so bleiben werde. Bei den im Bereich der Telemedienspieleangebote beschriebenen wesentlichen Veränderungen gehe es vielmehr darum, dass Spielplattformen auch Kommunikationskanäle und -wege zu bestimmten Zielgruppen böten und diese in Zukunft immer bedeutsamer würden. Insbesondere bildungsfernere Schichten von Kindern und Jugendlichen könnten damit erreicht werden. Innerhalb dieser Kommunikationskanäle wolle die ARD die Möglichkeit haben, nach journalistisch-redaktionellen Maßstäben in Games-Angeboten Dritter, z.B. Bildungs- und Lerninhalte zu bewerben oder zu platzieren.

Dies soll i. R. d. staatsvertraglichen Vorgaben erfolgen, auf die im TMÄK bei den Ausführungen zu möglichen Spieleangeboten in eindeutiger Weise hinsichtlich der bestehenden staatsvertraglichen Grenzen und Möglichkeiten verwiesen sei. Die Präsenz mit Inhalten auf Games-Plattformen Dritter sei im MStV nicht verboten, sondern mit Einschränkungen zulässig.

Aus seiner Sicht wichtig und perspektivisch bedeutsam sei es v.a., dass die eingebauten Chat-Funktionen vieler Spiele von Jugendlichen inzwischen als Austauschplattform und Info-Börse genutzt würden. Die Möglichkeit, in Spielangebote Dritter Informationsinhalte zu implementieren, sei eine immer bedeutsamer werdende Option, um Jugendliche zu erreichen, die weder mit ARD-eigenen Plattformen noch mit „klassischen“ Social-Media-Kanälen erreichbar seien.

Eine dritte mögliche Programmvariante im direkten Zusammenhang mit Spielen sei die sog. Live-Kommentierung von Computer-Spielen. Auch diese falle nicht unter das Verbot der Negativliste, sondern liege im Bereich des im TMÄK beschriebenen Entwicklungskorridors.

Unter Berücksichtigung dieser Ausführungen ergeben sich nach Auffassung des Rundfunkrats aus dem TMÄK keine Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen Nr. 14 der Negativliste gemäß § 30 Abs. 5 Satz 1 Nr. 4 MStV oder andere Regelungen dieser Negativliste.

#### 4.3 Zusammenfassung des Prüfergebnisses auf Stufe 1

Der Rundfunkrat kommt im Rahmen seiner Prüfung auf Stufe 1 zu der Einschätzung, dass die mit dem TMÄK zur Genehmigung vorgelegten wesentlichen Änderungen für sportschau.de den allgemeinen und telemedienspezifischen Anforderungen des MStV und den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen. Die wesentlichen Änderungen entsprechen nach Einschätzung des Rundfunkrats außerdem den o.g. gesetzlichen Geboten und widersprechen gesetzlichen Verboten nicht.

## 5. Zweite Stufe: In welchem Umfang tragen die wesentlichen Änderungen in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei?

Gemäß § 32 Abs. 4 Satz 2 Nr. 2 MStV ist auf der zweiten Stufe des DST zu prüfen, in welchem Umfang durch die wesentlichen Änderungen in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird. Wie sich aus § 32 Abs. 4 Satz 3 MStV ergibt, sind dabei vorliegend die Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Telemedienangebote, die Auswirkungen auf alle relevanten Märkte der geplanten wesentlichen Änderungen sowie jeweils deren meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer frei zugänglicher Angebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen.

### 5.1 Berücksichtigung der Auswirkungen auf alle relevanten Märkte (§ 32 Abs. 4 Satz 3, Abs. 5 Satz 4 MStV)

#### 5.1.1 *Gutachten Goldmedia*

Das von Goldmedia GmbH Strategy Consulting erstellte wettbewerbsökonomische Gutachten untersuchte die Auswirkungen der wesentlichen Änderungen des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de auf alle relevanten Märkte. Dabei wurden die publizistischen und ökonomischen Wettbewerber identifiziert und die relevanten Märkte abgegrenzt. Eine Markt- und Wettbewerbsanalyse ohne die jeweiligen wesentlichen Änderungen von sportschau.de (statische Analyse) stellte den Status quo als Ausgangsbasis für die Messung der Veränderungen fest. Eine Markt- und Wettbewerbsanalyse mit den wesentlichen Änderungen von sportschau.de (dynamische Analyse) prognostizierte die Veränderungen des Wettbewerbs in den betroffenen Teilmärkten durch Markteintritt des wesentlich veränderten Angebots. Methodisch erfolgte die Marktabgrenzung auf Basis von Wettbewerbsrecherchen und darauf aufbauenden detaillierten Inhaltsanalysen. Die Nutzerforschung wurde durch eine sog. Conjoint-Analyse (Methode zur Abschätzung der Entwicklung von Nutzungs- oder Kaufentscheidungen durch Einführung eines neuen Produkts oder durch Veränderung bestehender Produkte) realisiert (Fallzahl: n=2.621, repräsentative Auswahl von Personen zwischen 14 und 69 Jahren, regionale Verteilung: Deutschland nach Bundesländern). Das Gutachten hat ebenfalls die eingegangenen Stellungnahmen Dritter ausgewertet.

Goldmedia hat den publizistischen Wettbewerb für sportschau.de im Bereich der Online-Videoangebote analysiert, abgegrenzt und insbesondere den ökonomischen Wettbewerb durch kommerzielle Anbieter quantifiziert.

Goldmedia kommt zu dem Ergebnis, dass das Online-Video-Angebot von sportschau.de mit kommerziellen Angeboten im Wettbewerb steht, die rund 2,9 Prozent des Gesamtmarktes für Online-Video-Werbung (A-VOD), YouTube und Display-Werbung auf sich vereinen. Dies entspricht laut Gutachten einem anteiligen Werbemarktvolumen von rd. 26,1 Mio. EUR (Stand: 2020).

Darüber hinaus zeigte die Analyse, dass sportschau.de auch mit abonnement-finanzierten Angeboten im Wettbewerb steht. Das Marktvolumen von Paid Content im Bereich Sport lag laut Gutachten bei rd. 1,707 Mrd. EUR (Stand: 2020).

Auf Basis der im Rahmen der Nutzerforschung gemessenen Präferenzverschiebungen entsprechen die Änderungen des sportschau.de-Telemedienangebots im abgegrenzten ökonomischen Wettbewerb laut Gutachten marktlichen Auswirkungen von maximal 28,6 Mio. EUR.

Der theoretische Marktäquivalenzwert der Änderungen der Telemedien von sportschau.de entspricht laut Gutachten einem Marktanteil von rd. 1,6 Prozent am abgegrenzten relevanten ökonomischen Wettbewerb (Marktvolumen ökonomischer Wettbewerb 2020: rd. 1,75 Mrd. EUR; Marktäquivalenzwert der Änderungen: rd. 28,6 Mio. EUR/Jahr).

Der theoretische Marktäquivalenzwert der Änderungen im werbefinanzierten ökonomischen Wettbewerb betrage auf Basis der insoweit gemessenen Präferenzverschiebungen 0,9 Mio. EUR/Jahr. Dieser Markteinfluss auf die einzelnen kommerziellen Wettbewerber könne als „sehr gering“ bezeichnet werden.

Im Bereich Paid-Content liege der Marktäquivalenzwert der geplanten Änderungen bei 27,7 Mio. EUR/Jahr. Dieser Markteinfluss auf die einzelnen kommerziellen Wettbewerber könne als „gering“ bezeichnet werden.

Neben den intramedialen Auswirkungen wurden auch intermediäre Märkte und ihre Entwicklungen untersucht. Hierbei gab es laut Gutachten nur sehr geringe Auswirkungen.

In Summe bedeuteten die geplanten Änderungen von sportschau.de für werbefinanzierte sowie entgeltfinanzierte Angebote im Sportmarkt theoretische Umsatzverluste von maximal 1,6 Prozent des gesamten relevanten ökonomischen Wettbewerbsmarkts. Die geplanten Änderungen bei sportschau.de würden daher nach ihrer Umsetzung für den ökonomischen Wettbewerb nur geringe bis sehr geringe Auswirkungen haben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf das Gutachten von Goldmedia in der Fassung vom 21.01.2022 verwiesen.

### *5.1.2 Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten*

Hinsichtlich der Kritik an vermeintlich fehlender Detailanalyse der marktlichen Betrachtung im TMÄK durch Dritte wird auf Kap. 2.3 „...zur Darstellung von marktverzerrenden Wirkungen im TMÄK...“ verwiesen. Zudem hat das vom Rundfunkrat beauftragte marktliche Gutachten eine detaillierte und methodisch einwandfreie Marktabgrenzung und -analyse – wie im DST-Verfahren vorgesehen – unternommen (siehe Kap. 5.1.1 „Gutachten Goldmedia“). Damit ist auch Kritik aus Stellungnahmen Dritter hinsichtlich zu wenig konkreter bzw. vermeintlich falscher Marktabgrenzungen hinfällig.

Kritische Punkte aus den Stellungnahmen Dritter, die auf unterstellte marktliche Auswirkungen auf private Rundfunkveranstalter und Digitalpublisher bezogen waren, wurden im Gut-

achten, das die zu erwartenden marktlichen Auswirkungen umfassend ermittelt und beleuchtet hat, berücksichtigt. Ausgewählte Aspekte aus den Stellungnahmen Dritter und den entsprechenden Erwidierungen des Intendanten sollen im Folgenden dennoch dargestellt werden:

VAUNET fürchtet ganz allgemein, dass durch den weiteren Ausbau von sportschau.de und einer damit einhergehenden Ausweitung des Sportrechteerwerbs die Angebots- und Anbietervielfalt privater Telemedien gefährdet sein könnte. BDZV/VDZ halten die vermehrten Aktivitäten im Bereich Online-Only und Online-First „und in Form anderer nicht-sendungsbezogener Angebote“ für staatsvertragswidrig, weil sie mit den Angeboten der Presseverlage konkurrieren und deren Entwicklung nachhaltig behinderten bzw. bremsen.

Der Intendant führt dazu aus, dass der geplante Ausbau der ARD-Telemedien eine Konsequenz des durch den 22. RÄStV erweiterten Telemedienauftrags sei. Die im TMÄK von sportschau.de beschriebenen Online-Only-/Online-First-Telemedienangebote sowie die nicht-sendungsbezogenen Telemedienangebote seien medienstaatsvertragsgemäß und entsprächen den dort vorgesehenen Beauftragungen. Eine mögliche Konkurrenz zu den Angeboten der Presseverlage mache diese nicht staatsvertragswidrig. Der Intendant verweist auf die ständige Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zum publizistischen Wettbewerb, der zufolge sowohl die Presse als auch kommerzielle Rundfunkveranstalter eine Konkurrenz des öffentlichen-rechtlichen Rundfunks im publizistischen Wettbewerb hinnehmen müssten, da dieser einen unverzichtbaren Beitrag zu Pluralismus und Meinungsvielfalt leiste. Zudem führe der Ausbau von sportschau.de nicht zu unzulässigen Wettbewerbsverzerrungen.

BDZV/VDZ und VAUNET erheben im Zusammenhang mit der Nutzung von Drittplattformen den Vorwurf, kommerzielle Drittplattformen würden durch kostenfrei zur Verfügung gestellte öffentlich-rechtliche Inhalte geschäftlich gefördert. BDZV/VDZ führen an, dass eine neue problematische Konkurrenzsituation zwischen beitragsfinanzierten und privaten Angeboten entstünde, wenn Beiträge auf Drittplattformen in einem Umfeld von Werbung angezeigt würden. Die sozialen Netzwerke könnten durch kostenlose öffentlich-rechtliche Inhalte Werbeeinnahmen erzielen, während private Presseverlage versuchen müssten, für die Vermarktung der Beiträge auf Drittplattformen Geld zu erhalten. Aus Sicht von VAUNET würde es zudem eine Ungleichbehandlung darstellen, wenn kommerzielle journalistisch-redaktionelle Anbieter Lizenzentgelte für die Nutzung von ARD-Inhalten entrichten müssten, während internationale Drittplattformen die ARD-Inhalte unentgeltlich von den Rundfunkanstalten zur Verfügung gestellt bekämen und die Rundfunkanstalten von der Geltendmachung von Leistungsschutzansprüchen absähen.

Der Intendant stellt dem gegenüber, dass die Aussage von BDZV/VDZ und VAUNET nicht empirisch belegt sei und außer Acht lasse, dass der Gesetzgeber die Öffentlich-Rechtlichen beauftragt habe, Drittplattformen zu nutzen, wenn es hierfür journalistisch-redaktionelle Gründe gebe, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen. Zudem seien die Inhalte der ARD für

die Drittplattformen und deren kommerziellen Erfolg nicht relevant. Die Auswahl der Plattformen und Kanäle, die die ARD für die Distribution ihrer Inhalte nutze bzw. für deren spezifische Gegebenheiten die ARD ihre Inhalte und Programme formal optimiere, erfolgten ausschließlich nach publizistischen Kriterien und im Einklang mit dem Programmauftrag.

VAUNET verkenne zudem, dass es sich um eigene, vom WDR verantwortete Telemedienangebote auf Drittplattformen handle. Es seien originäre ARD-Angebote im Bereich des gesetzlichen Auftrags und keine eigenständigen Angebote des Drittplattformanbieters, dem die Inhalte frei zur Verfügung gestellt würden. Damit finde keine Ungleichbehandlung statt. Es erfolge eine strikte Trennung der Tätigkeiten im Bereich des Auftrags und denen im Bereich der Verwertung. Ungeachtet dessen komme eine Geltendmachung von Leistungsrechtsansprüchen bereits deshalb nicht in Betracht, da die gemäß § 30 Abs. 7 MStV nicht-presseähnlichen öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote weder dem 2013 eingeführten deutschen Presseleistungsschutzrecht noch dem nunmehr im Urheberrechtsgesetz umgesetzten europäischen Leistungsschutzrecht unterliegen.

### *5.1.3 Kommentierung des marktlichen Gutachtens durch den Intendanten*

Der Intendant hat die Festlegung des relevanten Marktes sowie dessen Abgrenzung in seiner Kommentierung des marktlichen Gutachtens als nachvollziehbar und sachlich zutreffend erachtet. Die Conjoint-Analyse sei wissenschaftlich anerkannt. Die empirische Basis sei methodisch angemessen und führe zu fundierten und belastbaren Ergebnissen.

Das Gutachten zeige, dass es hinsichtlich sportschau.de keine exakt vergleichbaren Mitbewerber im Markt gebe. Die Sportschau berichte auf ihren digitalen Ausspielwegen nicht nur über den Spitzensport und seine populärsten Wettbewerbe, sondern auch die journalistische Betrachtung des Breiten-, Regional- und Parasports erhalte auf sportschau.de eine Tiefe und Fläche, die es auf keinem anderen deutschsprachigen Angebot in dieser Form gibt. So könne die Teilhabe aller Sportinteressierten in Deutschland sichergestellt werden.

## *5.2 Publizistischer Beitrag der wesentlichen Änderungen des ARD-Gemeinschaftsangebots sportschau.de in qualitativer Hinsicht*

### *5.2.1 Ausführungen im TMÄK*

Die ARD verweist im TMÄK (S. 56 f.) auf Qualitätskriterien, die bereits in den Telemedienkonzepten von 2009/10 ausgeführt und von den Rundfunkräten seither regelmäßig auf Entsprechung kontrolliert worden seien. Es handle sich um für die ARD verpflichtende Vorgaben, die bei der Prüfung des Beitrags von sportschau.de zum publizistischen Wettbewerb positiv zu berücksichtigen seien.

Dies seien einerseits allgemeine journalistische Qualitätskriterien wie etwa Informationsvielfalt (im Sinne von Informationsbreite und Informationstiefe), Objektivität und Unabhängigkeit, Professionalität, journalistische Eigenleistung, Aktualität, Einordnung und Orientierung.

Qualität und Vielfalt seien ebenso Alleinstellungsmerkmal von sportschau.de wie die enge Verzahnung mit der ARD-Dopingredaktion und weiteren Hintergrund-Formaten wie z.B. „Sport Inside“ im Bereich des investigativen Sportjournalismus (S. 57). Die journalistisch hochwertigen Inhalte seien selbst recherchiert bzw. produziert, aus Hörfunk und Fernsehen übernommen und für das Netz bzw. die unterschiedlichen Ausspielkanäle konfiguriert und aufbereitet oder von Agenturen zugeliefert. Online-Angebote der ARD zu Regionalsport und zu Sport-Großereignissen würden von verschiedenen Federführern produziert, seien aber zentral über sportschau.de erreichbar.

Im TMÄK wird zusätzlich auf telemedienspezifische Qualitätskriterien wie Multimedialität und Interaktivität sowie Auffindbarkeit und Barrierefreiheit verwiesen.

Im TMÄK (S. 56) wird ausgeführt, dass der verfassungsrechtliche Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei Telemedien angesichts der enormen Veränderungen der Mediennutzung und der Formen der öffentlichen Kommunikation eine besondere Bedeutung habe, da ökonomischer und publizistischer Wettbewerb nicht automatisch zur Abbildung gesellschaftlicher Vielfalt beitragen würden. Die öffentlich-rechtlichen Angebote unterlägen durch Werbefreiheit nicht der spezifischen Entscheidungsrationalität privater Veranstalter und spielten nicht zuletzt dadurch eine wichtige Rolle im publizistischen Wettbewerb.

### *5.2.2 Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten*

BDZV/VDZ und VAUNET vermissen im TMÄK konkrete Ausführungen dazu, weshalb die neuen Angebotsformen Online Only und Online First bei sportschau.de qualitativ zum publizistischen Wettbewerb beitragen würden. BDZV/VDZ finden, wenn die Sportschau ohnehin schon „umfassend über das Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen“ informiere, könnten die Online-Only-Inhalte nur das ein weiteres Mal wiederholen, was ohnehin schon Teil der umfassend berichtenden öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und TV-Programme sei. Und allein der Umstand, dass Inhalte vorgezogen würden (Online First) vermittele keine besondere Qualität gegenüber dem, was (inhaltsgleich) nachkomme.

Der Intendant führt aus, dass sich Online-Only-Inhalte von sportschau.de insofern vom linearen Sportschau-Angebot unterscheiden, als dass sie sowohl der Erwartungshaltung und dem sich wandelnden (digitalen) Medienkonsum des Publikums folgten als auch mit den spezifischen Darstellungs-, Ansprache- und Interaktionsformen erfolgten, die sich im Bereich der Telemedien etabliert hätten und stetig weiterentwickelten (internetspezifische Darstellungsformen). Sowohl was die Ansprache der Zielgruppen angehe als auch hinsichtlich der Art und Vermittlung der Inhalte sowie des im Linearen per se nicht möglichen direkten Austauschs über die Inhalte, unterschieden sich Online-Only-Inhalte fundamental vom linearen Angebot der Sportschau und böten einen inhaltlichen und zielgruppenspezifischen Mehrwert.

Bei Online-First-Inhalten handle es sich um Inhalte, die in jedem Fall anschließend in einem linearen Ausspielweg veröffentlicht würden. Ab dem Moment der Fertigstellung könnten diese Inhalte zum Abruf zur Verfügung gestellt werden, wodurch ein größerer Kreis möglicher



Interessenten erreicht werden könne und andere, ausschließlich lineare Programme nutzende Publika wiederum nicht ausgeschlossen würden. Der qualitative Beitrag von Online-First-Inhalten bestehe primär darin, dass sie den sich stetig entwickelnden Nutzer\*innen-Bedürfnissen entsprächen. Durch die Entkopplung besonders relevanter Inhalte von linearen Programm-Schemata könne sportschau.de dem Informationsbedürfnis seiner Nutzer\*innen besser entsprechen, und die mit Beitragsmitteln finanzierten Inhalte erhielten beim Publikum durch die zeitnahe Veröffentlichung eine höhere Relevanz.

Zudem ermöglichten die für die ARD verpflichtenden internetspezifischen Qualitätskriterien wie Auffindbarkeit und Barrierefreiheit bestimmten gesellschaftlichen Gruppen wie bspw. Hörgeschädigten Teilhabe an der Informationsgesellschaft, die sie auf kommerziellen Angeboten nicht verlässlich fänden. Nicht zuletzt die regelmäßige Kontrolle durch Gremien, deren Mitglieder als Vertreter\*innen gesellschaftlicher Gruppen agieren, stelle sicher, dass die Telemedienangebote den in den TMK festgeschriebenen Qualitätsstandards entsprächen – und so einen publizistischen Mehrwert böten.

VAUNET und BDZV/VDZ kritisieren in diesem Kontext auch, dass gesetzliche Vorgaben, wie die Werbefreiheit, aus ihrer Sicht keine veritablen Maßstäbe für publizistischen Mehrwert der Öffentlich-Rechtlichen sein können. Auch der Verzicht auf die Weitergabe von Daten sei nicht ausreichend, so BDZV/VDZ. Dass investigative Sportberichterstattung ein Alleinstellungsmerkmal der Sportschau sei, entbehre jeglicher Grundlage.

Der Intendant erwidert darauf, dass der WDR bzw. die ARD Werbefreiheit nicht als einziges Kriterium für die Bewertung des publizistischen Wettbewerbs heranziehen, aber das Bundesverfassungsgericht immer wieder betont habe, dass der Zwang zur Refinanzierung durch Werbung und andere Ertragsquellen auch Einfluss auf Inhalte bzw. deren Bandbreite, also auf die Angebotsvielfalt und -qualität habe. Hierzu bilden die werbe- und bezahlschrankenfreien, d.h. für alle frei zugänglichen Telemedienangebote der ARD ein Gegengewicht.

### *5.2.3 Bestimmung des publizistischen Nutzens durch den Rundfunkrat*

Die ARD hat bereits im aktuell geltenden TMK zu sportschau.de von 2010 die Bedeutung der journalistischen Qualität von sportschau.de hervorgehoben (dort S. 36 ff.). Seitdem hat der Rundfunkrat regelmäßig kontrolliert, ob das Telemedienangebot diesen im TMK festgeschriebenen Qualitätsstandards entspricht und wird das auch künftig tun.

Der Rundfunkrat hat für die vorliegende Prüfung im Verbund mit den Aufsichtsgremien der anderen LRA, koordiniert über die GVK, und unterstützt durch wissenschaftliche Expertise, die in den DST-Verfahren 2009/10 angelegten Qualitätskriterien für öffentlich-rechtliche Telemedien evaluiert, aktualisiert und an die zur Prüfung vorliegenden wesentlichen Änderungen für sportschau.de angelegt.

Was die allgemeinen journalistischen Qualitätskriterien betrifft, erkennt der Rundfunkrat an, dass der publizistische Nutzen allein bereits durch die Qualitätsstandards der Inhalte beför-



dert wird, insoweit durch die wesentlichen Änderungen eine größere Sichtbarkeit und verstärkte Nutzung dieser Inhalte entsteht. Allerdings beziehen sich die wesentlichen Änderungen allenfalls mittelbar auf die journalistisch-redaktionellen Inhalte. Sie betreffen vereinfacht gesagt deren Ausspielwege bzw. -formen (Drittplattformen, Online-Only-Inhalte) und Rahmenbedingungen (Verweildauern). Aus diesem Grunde hat der Rundfunkrat bei der folgenden Qualitätsbetrachtung ein Augenmerk auf die Kriterien gelegt, die spezifisch durch die wesentlichen Änderungen berührt werden.

Dies sind nach Einschätzung des Rundfunkrats insbesondere die gestaltungsbezogenen Qualitätskriterien Aktualität, Vielfalt, Zielgruppenorientierung, Auffindbarkeit, nutzungsadäquate Gestaltung, Crossmedialität, Multimedialität/Innovation, Verlinkung/Vernetzung, Weiterverwertbarkeit, Diskursivität/Diskursqualität, interaktive Kommunikation und Partizipation sowie Sicherheit.

Online-Only- und Online-First-Angebote sollen auch den (wachsenden) Teil der Bevölkerung erreichen, der Medien kaum oder gar nicht mehr linear nutzt, und damit nicht nur inhaltlich, sondern auch technisch zu einer verbesserten Zielgruppenorientierung beitragen. Dazu gehört eine nutzungsadäquate Gestaltung, die auf Bedürfnisse der Online- und Mobilnutzung abstellt. Digitale öffentlich-rechtliche Qualitätsinhalte können per CC-Lizenzen oder Embedding leichter zur Weiterverwertung angeboten werden. Im Bereich Wissen und Bildung, aber auch im Bereich des Sports, etwa können über Online-First-Angebote unabhängig von Sende-schemata für bestimmte Zielgruppen maßgeschneiderte Inhalte und Themenkomplexe so aufbereitet werden, dass sie sich leicht und rechtssicher einbinden und weiternutzen lassen. Online-Only- und Online-First-Angebote bieten zudem die Möglichkeit, audiovisuelle Inhalte entsprechend ihrer Aktualität – und nicht abhängig von einem Sendetermin – zur Verfügung zu stellen. Das ist u.a. in besonderen Nachrichtenlagen entscheidend, um Einordnung und Hintergrundinformation liefern zu können. Darüber hinaus bietet Online Only auch erweiterte Möglichkeiten der Live-Berichterstattung über Sportarten und Ereignisse, denen im linearen Programm kein oder nur wenig Raum zur Verfügung gestellt werden kann. Dabei kann mit Online-Only auch ein breiteres und möglicherweise redaktionell in sich plausibleres Online-Gesamtangebot zu bestimmten Themenbereichen bereitgestellt werden, das crossmediale Nutzung begünstigen kann. Die Nutzer\*innen können ihre lineare Nutzung je nach Informationsbedürfnis mit exklusiven Livestreams oder audiovisuellen Inhalten on demand verlängern. Der Content-Planung über Ausspielwege hinweg werden mit Online Only auch über den Bereich der Live-Berichterstattung hinaus neue Möglichkeiten eröffnet. Dies kann auch Anreize für mehr Vernetzung und Verlinkung innerhalb der ARD-Angebote und mit öffentlich-rechtlichen sowie dritten Kooperationspartner\*innen im Online-Bereich setzen.

Die Verbreitung öffentlich-rechtlicher Inhalte über Drittplattformen ermöglicht insbesondere die gewünschte und erwartete Stärkung der Partizipation der Nutzer\*innen und kann zur Diskursivität und – bei professionellem Community Management – zur Diskursqualität beitragen. Öffentlich-rechtliche Inhalte werden nicht mehr nur gesendet, sondern es entstehen Rückka-

näle. Diese können auch und gerade im gesellschaftlich relevanten Bereich des Sports Diskussionsräume eröffnen und damit zur öffentlichen Meinungsbildung und -vielfalt beitragen. Gleichzeitig kann Feedback von Sportinteressierten programmgestaltend eingesetzt werden. Zielgruppenorientierte Inhaltevermittlung ist in Teilen gar nicht mehr ohne die Nutzung von Drittplattformen denkbar, weil der (Erst-)Kontakt vieler junger Nutzer\*innen mit öffentlich-rechtlichen Inhalten über Social-Media-Plattformen erfolgen kann. Öffentlich-rechtliche Qualitätsinhalte sind für social-media-affine Nutzer\*innen über Drittplattformen besser oder überhaupt erst auffindbar, der Kontakt über Drittplattformen bietet gleichzeitig die Chance der (Rück-)Verlinkung auf [sportschau.de](https://www.sportschau.de) und könnte damit auch dessen faktische Auffindbarkeit steigern. Bei der Ausspielung über Drittplattformen müssen die LRA die jeweiligen plattformspezifischen und auf den Sport bezogenen Gestaltungsformen für ihre Inhalte nutzen, die die Ausspielwege erfordern und die von den Nutzer\*innen erwartet und nachgefragt werden.

Gute Auffindbarkeit ist Kernwährung für Relevanz im diversifizierten Medienkosmos. Gerade junge Zielgruppen haben die Erwartungshaltung, dass Inhalte jederzeit und langfristig abrufbar sind. Die Auffindbarkeit öffentlich-rechtlicher Inhalte im Netz wird potenziell auch dadurch erhöht, dass sie aufgrund der neuen Verweildauern länger abrufbar sind. Für eine gute Auffindbarkeit müssen weitere entscheidende Faktoren gegeben sein, bspw. durchdachte Verlinkung / Vernetzung, die durch verlängerte Verweildauern begünstigt wird. Außerdem bedarf es redaktioneller und technischer Suchmaschinenoptimierung und einer guten Pflege des Nutzer\*innen-Netzwerks. Insoweit bestehen Wechselwirkungen zu den anderen wesentlichen Änderungen. Das gilt auch für die Kriterien Weiterverwertbarkeit und Partizipation. Nutzer\*innen haben kein Verständnis dafür und es läuft den beschriebenen demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnis zuwider, dass Inhalte, über die sie sich in digitalen Kommunikationsräumen (auf Drittplattformen) austauschen bzw. die sie weiternutzen, verschwinden und damit der Bezugspunkt von Debatten depubliziert wird. Erweiterte Verweildauern bieten zudem das Potenzial, in sich redaktionell plausible Angebote zu gesellschaftlich relevanten Themenkomplexen länger verfügbar zu machen, ohne „Lücken“ durch Depublizierung. Damit kann der erwarteten Auswahlfreiheit der Nutzer\*innen stärker entsprochen werden, die vermehrt nach thematischen Rubriken suchen, statt sich nach einem Sendeschema zu richten, und ein Beitrag zu Vielfalt und Pluralität der bereitgestellten Informationen geleistet werden.

Bezogen auf weitere allgemeine und telemedienspezifische Kriterien, konkret z.B. hinsichtlich der Qualitätskriterien Barrierefreiheit, Medienkompetenzvermittlung und (Daten-)Sicherheit, berücksichtigt der Rundfunkrat – ähnlich wie bei den allgemeinen journalistischen Qualitätskriterien – außerdem, dass der publizistische Nutzen der WDR-Telemedienangebote durch die wesentlichen Änderungen auch indirekt befördert wird, insoweit durch sie telemedienspezifische Qualitätsstandards gestärkt werden, allein deshalb, weil von einer größeren Sichtbarkeit und Nutzung durch die wesentlichen Änderungen ausgegangen werden kann. Je mehr Inhalte sich in der Online-Nutzung für Menschen aller Altersgruppen mit rezeptiven Einschränkungen

einfacher barrierefrei anbieten lassen, etwa durch Untertitelung, Gebärden, Audiodeskription oder Angebote in einfacher Sprache, umso größer ist der publizistische Nutzen.

Der Rundfunkrat erachtet darüber hinaus die gesellschaftliche Interessen vertretende Qualitätssicherung im Sinne einer ständigen Telemedienkontrolle durch die öffentlich-rechtlichen Aufsichtsorgane als eigenes Qualitätskriterium von öffentlich-rechtlichen Telemedien. Ähnlich argumentiert auch der Intendant in seiner Kommentierung der Stellungnahmen Dritter: „Nicht zuletzt die regelmäßige Kontrolle durch die Gremien, deren Mitglieder als Vertreter\*innen gesellschaftlicher Gruppen agieren, stellt sicher, dass die Telemedienangebote den in den TMÄK festgeschriebenen Qualitätsstandards entsprechen – und so einen publizistischen Mehrwert bieten.“

In diesem Sinne unterstreicht der Rundfunkrat die Bedeutung der ständigen Telemedienkontrolle durch die ARD-Rundfunkräte. Der WDR-Rundfunkrat wird die aktualisierten und für die DST-Prüfung genutzten Qualitätskriterien für die ständige Telemedienkontrolle heranziehen und somit eine langfristige, vergleich- und abrechenbare Qualitätskontrolle von sportschau.de anstreben. Dabei wird der Rundfunkrat über die GVK seinen Beitrag dazu leisten, auf eine möglichst ARD-weit harmonisierte Telemedienkontrolle hinzuwirken.

### 5.3 Zusammenfassung des Prüfergebnisses auf Stufe 2

Der Rundfunkrat hat im Rahmen seiner Prüfung auf Stufe 2 das Ergebnis des marktlichen Gutachtens von Goldmedia zur Kenntnis genommen, demzufolge die wesentlichen Änderungen für sportschau.de nur „geringen“ bis „sehr geringen“ Markteinfluss auf die einzelnen kommerziellen Wettbewerber haben werden, und hat diese Feststellung in seine Abwägungsentscheidung einbezogen.

Der Rundfunkrat ist anhand der von den ARD-Aufsichtsgremien definierten Qualitätskriterien öffentlich-rechtlicher Telemedien zu der Einschätzung gekommen, dass der publizistische Nutzen der wesentlichen Änderungen gegeben und die publizistische Qualität von sportschau.de mit den wesentlichen Änderungen in einem veränderten Medienumfeld erhöht wird. Die wesentlichen Änderungen von sportschau.de leisten demnach einen positiven qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb.

In der in Stufe 2 geforderten Abwägung kommt der Rundfunkrat deshalb zu dem Ergebnis, dass der publizistische Nutzen die marktlichen Auswirkungen deutlich überwiegt und rechtfertigt.

In die Abwägung mit einbezogen hat der Rundfunkrat auch die von Dritten aufgebrauchten (Kritik-)Punkte hinsichtlich der marktlichen Auswirkungen und des Beitrags zum publizistischen Wettbewerb, kann sich aber vollumfänglich den vom Intendanten in seiner Kommentierung angeführten Erwiderungen und Erläuterungen anschließen.

Der Rundfunkrat verweist hinsichtlich des Qualitätskriteriums der Werbefreiheit insbesondere ergänzend auf den Vorteil, dass aufgrund von Beitragsfinanzierung und Werbefreiheit in Themenbereichen recherchiert und Inhalte angeboten werden können, die für private Anbieter nicht monetarisierbar wären. Dies gilt auch im Bereich der Sport-Berichterstattung.

Im Rahmen seiner Prüfung hat der Rundfunkrat auch entsprechend § 32 Abs. 4 Satz 3 MStV berücksichtigt, inwiefern es vergleichbare frei zugängliche Telemedienangebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gibt.

Dabei ist aus Sicht des Rundfunkrats zunächst zu berücksichtigen, dass die prüfungsgegenständlichen wesentlichen Änderungen nicht eine inhaltliche Ausweitung von sportschau.de beinhalten, sondern auf geänderte Rezeptionsbedingungen und damit insbesondere ein geändertes Mediennutzungsverhalten und dementsprechend geänderte Erwartungen der Nutzer\*innen hinsichtlich der Art und Weise der Nutzung reagieren. Sie sollen insbesondere dazu beitragen, dass öffentlich-rechtliche (Telemedien-) Inhalte dort abrufbar sind, wo sie ihre Zielgruppen auch erreichen.

Nimmt man vor diesem Hintergrund zunächst die bereits vorhandenen öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote in den Blick, so ist auch auf der Grundlage der umfassenden Darstellung des publizistischen Wettbewerbs in dem eingeholten Marktgutachten (auf die insoweit verwiesen wird) zur Überzeugung des Rundfunkrats festzustellen, dass sich sportschau.de sowohl von den sportbezogenen Angeboten der LRA als auch von denen des ZDF unterscheidet.

Unterschiede ergeben sich zum einen aus der geographischen und thematischen Breite des Angebots. So ermöglicht die föderale Struktur der ARD sportschau.de zum einen auch das regionale Sportgeschehen in seinem Facettenreichtum abzubilden. Zum anderen bildet sportschau.de in erheblichem Umfang die Vielfalt des Sports ab, die über den Spitzensport hinaus auch den Para-, Breiten- und Regionalsport und Hintergrund-Berichte und investigative Recherchen etwa von der ARD-Doping-Redaktion umfasst. Im Vergleich zu den Telemedienangeboten des ZDF bestehen zudem die in dem Marktgutachten erläuterten Unterschiede in der Rechtsstruktur, sodass trotz gewisser thematischer Parallelen etwa im Bereich der hintergründigen und investigativen Berichterstattung auch insoweit und über den verschiedenen Regionalisierungsgrad hinaus erhebliche Unterschiede verbleiben und sich die Angebote daher auch wechselseitig ergänzen.

Nimmt man die kommerziellen Angebote in den Blick, so ist zunächst auch unter Berücksichtigung der Darstellung in dem Marktgutachten festzustellen, dass die dortigen sportbezogenen Telemedienangebote in erheblichem Umfang nicht frei zugänglich, sondern kostenpflichtig sind. Dies gilt nicht nur für durch Abonnements oder entgeltliche Einzelbuchungen finanzierte Angebote. Zu berücksichtigen ist auch, dass (auch) die sportbezogenen (textlichen oder teilweise auch audio- bzw. audiovisuellen) Angebote etwa regionaler Tageszeitungen häufig in erheblichem Umfang hinter einer Paywall angeboten werden.

(Auch) von den danach verbleibenden kommerziellen Angeboten unterscheidet sich sportschau.de durch die bereits beschriebene thematische Breite und Tiefe. So sind manche der

kommerziellen Angebote von vornherein monothematisch ausgerichtet und schon aus diesem Grund nicht vergleichbar vielfältig. Andere Angebote mit einer hinsichtlich der Sportarten, die Gegenstand der Berichterstattung sind, breiteren Ausrichtung, weisen gleichwohl nicht den Facettenreichtum von sportschau.de auf, der durch die vorliegend prüfungsgegenständlichen wesentlichen Änderungen in Reaktion auf das veränderte Nutzungsverhalten zur Geltung gebracht werden soll.

Darüber hinaus ist den frei zugänglichen kommerziellen Angeboten regelmäßig ihre Werbefinanzierung gemein, die eine Konzentration auf populäre und sich daher bereits hoher Aufmerksamkeit erfreuender Sportarten und Wettbewerbe befördert. Hieraus ergeben sich wiederum in der thematischen Breite und Ausrichtung aber auch in den Entscheidungsrationaltäten zu Inhalt und Ausgestaltung eines Angebots erhebliche Unterschiede im Vergleich zu sportschau.de. Dies zeigt sich gerade bei der Befassung mit Themen, die sich außerhalb des populären Spitzensports und/oder regionaler Highlights bewegen und daher regelmäßig schwieriger zu monetarisieren sind.

Dies entspricht auch der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, das das Nebeneinander privater und öffentlich-rechtlicher Angebote mit ihren unterschiedlichen Entscheidungsrationaltäten unterstrichen hat und betont hat, dass die daraus folgenden „Wirkungsmöglichkeiten“ dadurch „zusätzliches Gewicht“ gewinnen, „dass die neuen Technologien eine Vergrößerung und Ausdifferenzierung des Angebots und der Verbreitungsformen und -wege gebracht sowie neuartige programmbezogene Dienstleistungen ermöglicht haben“ (BVerfG, Urteil vom 18.07.2018, 1 BvR 1675/16 u.a., Rn. 78). Dabei hat das Bundesverfassungsgericht hervorgehoben, dass das öffentlich-rechtliche Leistungsangebot durch die Entwicklung der Kommunikationstechnologie und insbesondere die Informationsverbreitung über das Internet weiterhin nicht in Frage gestellt wird: „Allein der Umstand eines verbreiterten Angebots privaten Rundfunks und einer Anbietervielfalt führt für sich noch nicht zu Qualität und Vielfalt im Rundfunk. Die Digitalisierung der Medien und insbesondere die Netz- und Plattformökonomie des Internet einschließlich der sozialen Netzwerke begünstigen – im Gegenteil – Konzentrations- und Monopolisierungstendenzen bei Anbietern, Verbreitern und Vermittlern von Inhalten. Sind Angebote zum größten Teil werbefinanziert, fördern sie den publizistischen Wettbewerb nicht unbedingt; auch im Internet können die für die Werbewirtschaft interessanten größeren Reichweiten nur mit den massenattraktiven Programmen erreicht werden. Hinzu kommt die Gefahr, dass – auch mit Hilfe von Algorithmen – Inhalte gezielt auf Interessen und Neigungen der Nutzerinnen und Nutzer zugeschnitten werden, was wiederum zur Verstärkung gleichgerichteter Meinungen führt. Solche Angebote sind nicht auf Meinungsvielfalt gerichtet, sondern werden durch einseitige Interessen oder die wirtschaftliche Rationalität eines Geschäftsmodells bestimmt, nämlich die Verweildauer der Nutzer auf den Seiten möglichst zu maximieren und dadurch den Werbewert der Plattform für die Kunden zu erhöhen. Insoweit sind auch Ergebnisse in Suchmaschinen vorgefiltert und teils werbefinanziert, teils

von "Klickzahlen" abhängig. Zudem treten verstärkt nicht-publizistische Anbieter ohne journalistische Zwischenaufbereitung auf.“ (BVerfG, Urteil vom 18.07.2018, 1 BvR 1675/16 u.a., Rn. 79).

Diese Erwägungen hat das Bundesverfassungsgericht in seinem Beschluss vom 20.07.2021 in Bezug genommen und hieran anknüpfend ausgeführt: „Dies alles führt dazu, dass es schwieriger wird, zwischen Fakten und Meinung, Inhalt und Werbung zu unterscheiden, sowie zu neuen Unsicherheiten hinsichtlich der Glaubwürdigkeit von Quellen und Wertungen. Der einzelne Nutzer muss die Verarbeitung und die massenmediale Bewertung übernehmen, die herkömmlich durch den Filter professioneller Selektionen und durch verantwortliches journalistisches Handeln erfolgt. Angesichts dieser Entwicklung wächst die Bedeutung der dem beitragsfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk obliegenden Aufgabe, durch authentische, sorgfältig recherchierte Informationen, die Fakten und Meinungen auseinanderhalten, die Wirklichkeit nicht verzerrt darzustellen und das Sensationelle nicht in den Vordergrund zu rücken, vielmehr ein vielfaltsicherndes und Orientierungshilfe bietendes Gegengewicht zu bilden“ (BVerfG, Urteil des Ersten Senats vom 18. Juli 2018 - 1 BvR 1675/16 -, Rn. 80). Dies gilt gerade in Zeiten vermehrten komplexen Informationsaufkommens einerseits und von einseitigen Darstellungen, Filterblasen, Fake News, Deep Fakes andererseits (vgl. etwa den Bericht der Enquête-Kommission Künstliche Intelligenz des Deutschen Bundestages vom 28. Oktober 2020, BT-Drucks. 19/23700, S. 447 ff.).“ (BVerfG, Beschluss vom 20.07.2021 - 1 BvR 2756/20, Rn. 81).

Auch vor dem Hintergrund dieser verfassungsgerichtlichen Rechtsprechung, die die grundlegenden Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Angeboten und damit deren nur eingeschränkte Vergleichbarkeit unterstreicht, kommt der Rundfunkrat zu der Einschätzung, dass der oben beschriebene publizistische Mehrwert, der durch die prüfungsgegenständlichen wesentlichen Änderungen erzielt wird, auch bei der Berücksichtigung frei zugänglicher kommerzieller Telemedienangebote nicht in Frage gestellt wird. Vielmehr zielen diese wesentlichen Änderungen, wie dargelegt, aus Sicht des Rundfunkrats gerade darauf ab, dass der Telemedienauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch unter den beschriebenen geänderten Rezeptionsbedingungen erfüllt werden kann.

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

Nach § 32 Abs. 4 Satz 2 Nr. 3 MStV sind in einem TM(Ä)K Aussagen darüber zu treffen, welcher finanzielle Aufwand für das neue Telemedienangebot oder – wie hier – die wesentlichen Änderungen erforderlich ist. Auch insoweit hat der Rundfunkrat zu prüfen, ob in Bezug auf die hier in Rede stehenden wesentlichen Änderungen die Voraussetzungen des § 32 Abs. 4 MStV erfüllt sind.

### 6.1 Ausführungen im TMÄK

Im TMÄK (S. 57 ff.) wird dargelegt, dass es sich bei der Kostenaufstellung um eine Schätzung bzgl. des Umfangs und der Entwicklung der zusätzlichen Aktivitäten handelt, die sich an den

antizipierbaren Rahmenbedingungen orientieren. Zudem seien Erfahrungswerte hinsichtlich Kostenintensität und Nutzerakzeptanz ähnlicher Aktivitäten in die Bewertung eingeflossen.

Das TMÄK führt auf (S. 58 f.), inwieweit zu erwarten sei, dass die wesentlichen Änderungen zu Kostensteigerungen führen.

Mit der Ausweitung der Verweildauern auf das rechtlich maximal Mögliche und eine damit einhergehende signifikante Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit werde eine Steigerung der Abrufzahlen und des jeweiligen Sehvolumens erwartet. Die angegebene Steigerung für die Folgejahre sei anhand der durchschnittlich erwarteten gesteigerten Abrufzahlen und des damit verbundenen Anstiegs der benötigten Verbreitungskosten geschätzt.

Für sportschau.de seien die Verweildauern in den meisten Fällen durch den Gesetzgeber oder durch vertragliche Regelungen mit Rechteinhabern geregelt. Diese Verträge beinhalteten in den meisten Fällen sowohl die lineare als auch die non-lineare Nutzung.

Immer mehr Sportrechte, die durch die ARD erworben würden, könnten kostenneutral für die Verwertung auf digitalen Plattformen genutzt werden. Für die Umsetzung dieser Rechte in Online-Only-Formate benötige sportschau.de aber zusätzliche redaktionelle und technische Kapazitäten. Zudem würden zusätzliche Honorare anfallen. Durch Online-Only-Angebote entstünden zudem zusätzliche Verbreitungskosten.

Die Verbreitung der Inhalte über Drittplattformen zur Stärkung der Erreichbarkeit der jüngeren Zielgruppe spiegele sich vor allem im Ausbau der genutzten Social-Media-Kanäle wider. Hierfür müssen maßgeschneiderte, plattformgerechte Inhalte produziert werden. Dafür fielen ganzjährig Honorare für Autor\*innen, Mediengestalter\*innen und Grafiker\*innen an. Zusätzliche Kosten werden dadurch entstehen, dass das Community-Management weiter ausgebaut werden muss.

Die vorgenommene Kalkulation basiere auf dem Ist-Zustand. Dieser gehe davon aus, dass das Personal aus den ARD-Big-5-Stellen und die damit verbundenen zusätzlichen Mittel fortgeschrieben würden. Weiterhin seien keine zusätzlichen Sportrechteerwerbe berücksichtigt, die zur Produktion zusätzlicher Inhalte und damit verbunden zu zusätzlichen Kosten führen könnten. Auch Kosten, die durch die dynamische Entwicklung des Marktes entstehen könnten, seien nicht kalkulierbar.

Insgesamt belaufen sich die geschätzten Zusatzkosten für 2022 ff. für Online Only auf 100 TEUR p.a., für die Verbreitung auf Drittplattformen auf 580 TEUR p.a. und für die geänderten Verweildauern auf 150 TEUR p.a. und damit insgesamt auf 830 TEUR p.a. Bei der KEF sei für den Beitragszeitraum 2021 bis 2024 kein gesondertes Projekt für die wesentlichen Änderungen angemeldet worden. Entsprechende Programmaufwände werde man aus dem Bestand finanzieren.

## 6.2 Stellungnahmen Dritter und Kommentierung des Intendanten

VAUNET spricht in seiner Stellungnahme an, dass aus dem TMÄK aus ihrer Sicht nicht ersichtlich sei, wie die genannten Zahlen zu möglichen Synergieeffekten stünden, die es zwischen TV/Radio und sportschau.de geben könne und auf welche genauen Aufwände sie sich bezögen (konkreter redaktioneller, technischer und lizenzwerblicher Aufwand). Unklar bleibe zudem, wie Mehrkosten für Verweildauern zustände kämen und worauf sich die Kosten für Drittplattformen erstreckten.

Der Intendant erwidert, dass es sich bei den angegebenen Zahlenwerten um Schätzungen handle, welche Mehraufwendungen in Zukunft durch die wesentlichen Änderungen verursacht werden könnten. Eine Aufstellung der Kosten für das gesamte Telemedienangebot inklusive der im TMÄK dargestellten wesentlichen Änderungen werde den Gremien und der KEF in den regelmäßig zu erstellenden Berichten vorgelegt und anschließend veröffentlicht.

Zu den Kosten für die Verweildauerverlängerung führt der Intendant zudem aus, dass diese bei Inhalten von sportschau.de voraussichtlich nur zu einer leichten Erhöhung der Verbreitungskosten führt. Die damit verbundenen Rechtekosten seien i.d.R. schon in den bisherigen TV-Verträgen enthalten. Hierbei handle es sich meistens um Inhalte aus Sport-Übertragungen und nicht um urheberrechtlich behaftete Inhalte. Der Anstieg der Verbreitungskosten durch die Verlängerung der Verweildauer sei zudem im Sport nur in einem geringen Maß zu erwarten, weil das Hauptaugenmerk immer auf der aktuellen TV-Berichterstattung und Live-Übertragung liegt.

VAUNET kritisiert zudem, dass im TMÄK für die Verbreitung auf Drittplattformen keine Aussagen darüber getroffen würden, ob Vergütungs- und Lizenzkosten anfallen und aus welchen konkreten Etats diese bestritten würden.

Der Intendant führt hierzu aus, dass zumeist keine zusätzlichen Kosten für die Ausspielung auf Drittplattformen entstünden. Sie seien in den Lizenzkosten der Sportrechte für die lineare Ausstrahlung inkludiert. Lizenzkosten für non-lineare Ausspielwege würden i.d.R. nicht separat verhandelt und könnten daher nicht separat beziffert werden. Die entstehenden Kosten würden den Gremien in den jährlichen Berichten und Haushaltswerken vorgelegt sowie der KEF präsentiert, so dass eine Kontrolle immer gewährleistet ist.

Zu der von VAUNET aufgeworfenen Frage nach einer Evaluierungsklausel verweist der Intendant darauf, dass die Evaluierung und die intensive und ausführliche Information der Aufsichtsgremien mit den Rundfunkräten und der GVK vereinbart seien, stattfinden und weiterhin geplant seien. Evaluierungsinstrumente fänden sich zudem hinsichtlich der bestehenden Telemedienangebote in den Genehmigungsbeschlüssen der zuständigen Aufsichtsgremien. Hierzu gehöre auch die Verpflichtung, regelmäßig über die Entwicklung des Telemedienangebots zu berichten.



### 6.3 Bewertung des Rundfunkrats

Die SK DST hat sich zur besseren Nachvollziehbarkeit der Kostenschätzung eine detailliertere Aufstellung der anteiligen Kostenfaktoren vom Intendanten vorlegen lassen.

Verweildauern	Verlängerte Verweildauern und erhöhte Abrufzahlen verursachen höhere Verbreitungskosten	Kosten für technische Umsetzung	<b>150.000 EUR</b>
Verbreitung auf Drittplattformen	<b>580.000 EUR</b>		
	Community Management	Honorare freier Mitarbeiter*innen für mehrschichtigen Einsatz zur Kommunikation mit den User*innen	200.000 EUR
	Erstellung eigener Inhalte auf bestehenden SM-Kanälen in jeglicher Form (Grafiken, Texttafeln, Videos, Audios)	Honorare für freie Mitarbeiter*innen	300.000 EUR
	Entwicklung von plattformspezifischen Inhalten von neuen digitalen Formaten für neue digitale Plattformen	Honorare für freie Mitarbeiter*innen und Kosten für technische Entwicklungen	80.000 EUR
Eigenständige AV-Inhalte	<b>100.000 EUR</b>		
	Webexklusives Livestreaming von Sportveranstaltungen, deren Rechte vorhanden sind, aber linear nicht gezeigt werden	Honorare	20.000 EUR
	Herstellung von digitalen Produkten (z.B. Podcasts, sprachbasierte Systeme, Spielberichte der Fußball-Bundesliga...)	Honorare	80.000 EUR

Insofern hat der Rundfunkrat auch die Kritik von VAUNET, der in seiner Stellungnahme eine fehlende Konkretisierung bei der Kostenaufschlüsselung moniert hatte, berücksichtigt, hält sie aber für nicht durchgreifend.

Der Rundfunkrat wird sich die Gesamtkosten für sportschau.de i. R. d. ständigen Telemedienkontrolle inkl. der im TMÄK dargestellten Änderungen regelmäßig vorlegen lassen.

Hinsichtlich der von VAUNET aufgeworfenen Frage nach einer Evaluierungsklausel bekräftigt der Rundfunkrat die Aussage des Intendanten, dass das weiterhin gültige TMK von 2010 bereits eine Evaluierungsklausel beinhaltet, die bestimmt, dass der Rundfunkrat informiert werden muss, wenn die angegebenen Telemedienkosten um preisbereinigt 10 % steigen (Genehmigungsbeschluss des WDR-Rundfunkrats zu sportschau.de vom 13. Juli 2010, S. 73). Diese

Evaluierungsklausel wurde während des Bestandsverfahrens 2010 etabliert, mit dem GVK-Beschluss vom 20. Juni 2013 bestätigt und bleibt bestehen. Sollte es wesentliche Abweichungen bei den Kosten geben, findet gemäß der WDR-Telemediensatzung eine Vorprüfung statt, in der geprüft wird, ob ein Dreistufentest-Verfahren eingeleitet werden muss.

#### 6.4 Zusammenfassung des Prüfergebnisses auf Stufe 3

Im Ergebnis der o.g. Prüfung auf Stufe 3 kommt der Rundfunkrat zu der Einschätzung, dass die im TMÄK ausgewiesenen Kosten, die für die Umsetzung der wesentlichen Änderungen angegeben werden, ausreichend transparent, plausibel und nachvollziehbar sowie erforderlich sind.

### 7. Gesamtergebnis der Prüfung

Nach umfassender Beratung kommt der WDR-Rundfunkrat gemäß § 32 Abs. 4 bis 7 MStV zu dem Ergebnis, dass die wesentlichen Änderungen des ARD-Gemeinschaftsangebots sport-schau.de gemäß dem TMÄK in der Fassung von September 2021 den Voraussetzungen des § 32 Abs. 4 MStV entsprechen und vom öffentlich-rechtlichen Auftrag der ARD umfasst sind.

### C) Erwartungen an Rahmenbedingungen und Transparenz der Fortentwicklung des ARD-Gemeinschaftsangebot sport-schau.de

Im Zuge seiner Abwägung hat der Rundfunkrat Erwartungen an Rahmenbedingungen und Transparenz der Fortentwicklung von sport-schau.de formuliert. Er steckt damit Themenkomplexe und Zielbereiche ab, die für die Ausschöpfung der Möglichkeiten von WDR und ARD, den öffentlich-rechtlichen Auftrag in der digitalen Welt bestmöglich einzulösen, von Relevanz sind. Dabei wurden auch Anregungen und Kritik aus den Stellungnahmen Dritter und aus der GVK-Beschlussempfehlung und der Stellungnahme des ARD-Programmbeirats berücksichtigt, die nicht verfahrensrelevant sind, weil sie nicht unmittelbar Prüfgegenstände des TMÄK berühren.

Der WDR-Rundfunkrat wird diese Punkte in der ständigen Telemedienkontrolle künftig regelmäßig weiterverfolgen:

- Als Grundvoraussetzung gilt dem Rundfunkrat, dass sport-schau.de auch mit den wesentlichen Änderungen alle erforderlichen Schutzrechte und Verbote wahrt (Jugendmedien-, Datenschutz, Werbefreiheit, etc.) und die öffentlich-rechtlichen journalistisch-redaktionellen Qualitätsstandards ebenso anwendet wie im linearen Programm und wie bisher. Über dafür erforderliche Maßnahmen wird sich der Rundfunkrat – auch im Rahmen seiner Zuständigkeit für die Einhaltung der Richtlinien zur Verbreitung von Inhalten über Drittplattformen – regelmäßig versichern.
- Der Einsatz von Personalisierungsfunktionen und Empfehlungssystemen auf den eigenen Plattformen soll auch unter Einsatz von Algorithmen geschehen. Im TMÄK wird

ausgeführt, dass dennoch die journalistisch-redaktionelle Kuratierung ausschlaggebend bleibt und nicht in Konkurrenz zu algorithmischen Empfehlungen steht. Die ARD achte darauf, etwaigen kommunikativen Echokammern entgegenzuwirken. Diese Gewichtung und Zielrichtung unterstützt der Rundfunkrat ausdrücklich und wird sich regelmäßig über die Grundsatzentscheidungen zu Entwicklung und Anpassungsstrategien von Algorithmen, die öffentlich-rechtlichen Qualitätsansprüchen genügen müssen, informieren lassen.

- Hinsichtlich der Verbreitung von ARD-Inhalten auf Drittplattformen erwartet der Rundfunkrat, dass die ARD und der WDR ihre Partner\*innen strategisch und bedarfsorientiert auswählen und die Auswahlkriterien gegenüber dem Rundfunkrat transparent machen (Stichwort strategisches Partnermanagement). Der Rundfunkrat wird die strategischen Entscheidungen im Lichte des WDR-Distributionskonzepts und auch der ARD-Distributionsstrategie betrachten und bewerten.
- Hinsichtlich der Verbreitung von ARD-Inhalten auf Drittplattformen erwartet der Rundfunkrat, dass die Inhalte für die Nutzer\*innen jederzeit als zur Marke ARD bzw. WDR und damit zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk gehörig erkennbar sind (Stichwort Absenderkennung). Soweit möglich und sinnvoll, sollen Verlinkungen und Empfehlungen die Nutzer\*innen zu den eigenen Plattformen führen (Stichwort Rückführungsstrategie). Entscheidend ist es aus Sicht des Rundfunkrats, dass die Inhalte auf Drittplattformen plattformgerecht gestaltet sind. Der Rundfunkrat wird sich über die Fortentwicklung dieser Aspekte im Rahmen seiner ständigen Telemedienaufsicht berichten lassen.
- In jedem Fall ist aus Sicht des Rundfunkrats dafür Sorge zu tragen, dass die auf Drittplattformen mögliche Partizipation durch ein professionelles Community Management gesichert wird. Dafür sind die erforderlichen Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Das wird der Rundfunkrat im Rahmen seiner ständigen Telemedienaufsicht im Blick behalten. Gleichwohl sollten auf den eigenen Plattformen Funktionen und Formate der interaktiven Kommunikation und Partizipation ausgebaut werden, um Diskursräume nicht allein Drittplattformen zu überlassen.
- Der WDR-Rundfunkrat wird das Engagement des WDR auf Gamingplattformen im Hinblick auf die Erreichung von neuen Zielgruppen im Blick behalten und sich dabei vom WDR bzw. der ARD über Kriterien zur Auswahl der Plattformen, über plattformgerechten Formatierung und über die publizistische Zielerreichung unterrichten lassen.
- Bei den Verweildauern erwartet der Rundfunkrat, dass die neuen maximalen Verweildauerfristen – soweit rechtlich und finanziell möglich sowie redaktionell geboten – auch weitestgehend ausgeschöpft werden. Die Begründung zur Erweiterung der Verweildauern würde sonst konterkariert. Der Rundfunkrat wird sich regelmäßig über die Ausschöpfung der Verweildauern informieren lassen und ggf. begründen lassen, wenn Verweildauern nicht ausgeschöpft werden können.

- Der Rundfunkrat hält es für richtig, dass die ARD in ausgewählten Bereichen und unter gewissen Bedingungen ihre Inhalte auch als freie Lizenzen (z.B. CC-Lizenzen) zur Verfügung stellt und die Inhalte technisch möglichst so anbietet, dass sie von den angesprochenen Zielgruppen möglichst leicht weiterverwendet werden können, z.B. per „Embedding“. Der Rundfunkrat wird sich von den Verantwortlichen in der ARD darlegen lassen, inwieweit die rechtlichen und finanziellen Möglichkeiten diesbezüglich ausgeschöpft werden.
- Der Rundfunkrat wird sich auch über die Zurverfügungstellung von kuratierten Inhalten aus einschlägigen Bereichen, z.B. Bildung, Wissenschaft und Kultur, in Archiven nach den dafür maßgeblichen journalistisch-redaktionellen Kriterien und im Rahmen der rechtlichen Vorgaben informiert halten und sich im Zuge der ständigen Telemedienkontrolle mit dem geltenden Archivkonzept befassen.
- Der WDR-Rundfunkrat wird sich von der ARD darlegen lassen, wie die konkreten Planungen zur Umsetzung einer stärkeren Vernetzung innerhalb der ARD-Angebote, aber auch zu Einrichtungen der Wissenschaft und Kultur aussehen. Der Rundfunkrat hält ein kriteriengeleitetes Verlinkungskonzept, das gezielt auf die Schaffung publizistischen und gesellschaftlichen Mehrwerts abhebt, für wichtig.
- Der Rundfunkrat erwartet, dass die ARD ihre Bemühungen für Barrierefreiheit ständig den neuen, sich aus der Digitalisierung ergebenden Möglichkeiten entsprechend anpasst und hier auch ihrer Vorbildfunktion gerecht wird. Der Rundfunkrat wird sich über die geplanten Maßnahmen und Strukturen regelmäßig informieren lassen, gerade auch mit Blick auf den im Sommer 2022 in Kraft getretenen zweiten MÄStV („Barrierefreiheitsstaatsvertrag“).
- Auffindbarkeit ist eine wichtige „Währung“ für Inhalte im Netz. Der Rundfunkrat wird die Bemühungen der ARD konstruktiv begleiten, die Auffindbarkeit der sportschau.de-Inhalte mit den geeigneten Mitteln zu optimieren. Das Ziel, alle Menschen zu erreichen, erfordert nicht nur qualitativ hochwertige und relevante Inhalte, sondern auch, dass sie in der Informationsflut gut auffindbar sind. Eine sorgfältige Kuratierung der Inhalte gehört ebenso dazu.
- Ebenfalls bedeutend ist aus Sicht des Rundfunkrats eine intuitive und einheitliche Benutzerführung auf den Plattformen der ARD. Das erleichtert es gerade den Zielgruppen, die in der non-linearen Nutzung noch nicht geübt sind, auf Inhalte öffentlich-rechtlicher Telemedien zuzugreifen und sich im ARD-Online-Kosmos zurecht zu finden. Der Aspekt spielt nicht zuletzt mit Blick auf die Big-Five-Strategie der ARD eine Rolle.
- Der Rundfunkrat wird die mit sportschau.de und dessen Fortentwicklung verbundenen Kosten regelmäßig i. R. d. ständigen Telemedienaufsicht im Blick behalten und sich gem. KEF-Leitfaden aufschlüsseln lassen.

Der WDR-Rundfunkrat misst der nachlaufenden Telemedienkontrolle umso mehr Bedeutung bei, da diese in der GVK-Beschlussempfehlung und in der Stellungnahme des ARD-Programmbeirats wiederholt hervorgehoben und die Beschäftigung mit den o.g. Aspekten ausdrücklich unterstützt wurde (durch die GVK bspw. hinsichtlich der Entwicklung von Algorithmen mit öffentlich-rechtlichem Profil oder der Ausschöpfung der Verweildauern).

Die GVK hat dem Rundfunkrat in ihrer Beschlussempfehlung Hinweise für prüfungswerte Aspekte oder die Empfehlung zur Vorlage von Konzepten durch den WDR bzw. die ARD zu den oben genannten Themenbereiche gegeben, die der Rundfunkrat in der nachlaufenden Telemedienkontrolle berücksichtigen wird.

Der Stellenwert, den der WDR-Rundfunkrat der nachlaufenden Telemedienkontrolle zumisst, wird von der GVK und dem ARD-Programmbeirat angesichts der dynamischen Entwicklung der Drittplattformen und der eigenen Telemedienangebote begrüßt. Die GVK regt an, dass die Rundfunkräte im Nachgang zu den DST-Verfahren eine harmonisierte gemeinsame Ausgestaltung der nachlaufenden Telemedienkontrolle etablieren, perspektivisch auch mit dem ZDF.