

## **Konzept der Phoenix-Telemedienangebote**

A. Rechtsgrundlagen für die Phoenix-Telemedienangebote sowie des Verfahrens zur Bestandsüberführung .....	2
I. Rechtsgrundlagen der Telemedienangebote von ARD und ZDF .....	2
II. Grundlagen des Verfahrens zur Überführung des sogenannten „Bestands“ .....	4
B. Publikums-Adäquanz und besondere Qualität der Phoenix-Telemedienangebote ..	6
C. Phoenix-Onlineangebot.....	9
I. Konzept für Phoenix.de.....	9
1. Inhalt und Ausrichtung des Angebots.....	9
2. Beitrag zur Auftrags Erfüllung.....	12
3. Geplante Entwicklung.....	13
II. Negativliste .....	14
III. Verweildauer .....	15
IV. Technische Darreichung und Verbreitung des Angebots, Barrierearmut.....	23
V. Zuschauerbindung/Marketing .....	24
VI. Finanzieller Aufwand für die Onlineangebote von Phoenix.....	24
VII. Publizistischer Wettbewerb und marktliche Auswirkungen .....	25
D. Konzept für Phoenix-Text.....	26
I. Phoenix-Text.....	26
III. Verweildauer .....	27
IV. Finanzieller Aufwand für den Fernsehtext von Phoenix.....	28
V. Publizistischer Wettbewerb und marktliche Auswirkungen .....	29

## **A. Rechtsgrundlagen für die Phoenix-Telemedienangebote sowie des Verfahrens zur Bestandsüberführung**

Das Fernsehprogramm Phoenix ist ein Gemeinschaftsangebot von ARD und ZDF. Für die Telemedienangebote von Phoenix hat im Binnenverhältnis der Veranstalter das ZDF die Federführung.

### ***I. Rechtsgrundlagen der Telemedienangebote von ARD und ZDF***

Nach §§ 11 und 11a Rundfunkstaatsvertrag ist es Auftrag von ARD und ZDF, durch die Herstellung und Verbreitung von Fernsehprogrammen und Telemedien als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken. Auch die Telemedien müssen einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen geben und dadurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Die Telemedien müssen der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung dienen und insbesondere Beiträge zur Kultur enthalten. Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen. Durch die Telemedienangebote soll allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht, Orientierungshilfe geboten sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten gefördert werden. Diese teilweise abstrakte Aufgabenausrichtung und Inhaltsbeschreibung der Telemedien wird durch die Beauftragung mit Programmen in § 11b sowie mit Telemedien § 11d konkretisiert. Gemäß § 11d Abs. 1 müssen die Telemedien von ARD und ZDF journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet sein. Der Gesetzgeber versteht unter „*journalistisch-redaktionell*“ eine planvolle Tätigkeit mit dem Ziel der Herstellung und zeitnahen Weitergabe eines Angebots, das den vorstehend beschriebenen Anforderungen an einen qualifizierten Beitrag zur Meinungsbildung genügt. Journalistisch-redaktionelle Tätigkeitsschwerpunkte sind insbesondere die recherchierende Sammlung, die auswählende und gewichtende Bewertung von Quellen sowie die systematisierende und strukturierende sprachliche oder sonstige Aufbereitung (vgl. Begründung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zu § 11d).

§ 11d Abs. 2 unterscheidet vier Inhaltstypen öffentlich-rechtlicher Telemedien:

1. Sendungen auf Abruf bis 7 Tage bzw. Sendungen von Großereignissen gemäß § 4 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag sowie von Spielen der 1. und 2. Fußballbundesliga bis zu 24 Stunden
2. Inhaltlich und zeitlich auf eine konkrete Sendung bezogene Telemedien bis zu 7 Tage nach Ausstrahlung der Sendung. Nach der Legaldefinition von § 2 Abs. 2 Ziffer 18 Rundfunkstaatsvertrag sind sendungsbezogene Telemedien Angebote, die der Aufbereitung von Inhalten aus einer konkreten Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen, soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Angebote thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützen, vertiefen und begleiten, ohne jedoch ein eigenständig neues oder verändertes Angebot darzustellen. Bei sendungsbezogenen Telemedien muss der zeitliche und inhaltliche Bezug zu einer bestimmten Sendung im jeweiligen Telemedienangebot ausgewiesen werden. Weiterhin darf nur auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen werden. Diese sendungsbezogenen Telemedien sind in Telemedienkonzepten entsprechend § 11f Abs. 1 zu beschreiben.
3. Nach § 11d Abs. 2 Ziffer 3 umfasst der Telemedienauftrag von ARD und ZDF grundsätzlich auch das Vorhalten von Sendungen über die in Ziffer 1 bestimmten Fristen hinaus, allerdings gilt dies nicht für Sendungen von Großereignissen und Spielen der 1. und 2. Fußballbundesliga. Darüber hinaus können nach Ziffer 3 auch auf konkrete Sendungen bezogene Telemedien über die 7 Tage-Frist hinaus zum Abruf bereitgehalten werden. Zuletzt umfasst der Auftrag nach Ziffer 3 auch die Vorhaltung nicht-sendungsbezogener Telemedien. Die von Ziffer 3 umfassten Angebote setzen allerdings Telemedienkonzepte gemäß § 11f Rundfunkstaatsvertrag voraus. Zudem sind nicht-sendungsbezogene presseähnliche Angebote unzulässig.
4. Nach § 11d Abs. 2 Ziffer 4 können ARD und ZDF nach Maßgabe eines Telemedienkonzepts Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten zum Abruf anbieten.

Die Auftragsdefinition wird durch eine Reihe von Verboten komplettiert:

- Verbot von Werbung und Sponsoring (§ 11d Abs. 5 Satz 1 Rundfunkstaatsvertrag)
- Kein Angebot auf Abruf von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktion sind (§ 11d Abs. 5 Satz 2 Rundfunkstaatsvertrag)
- Keine flächendeckende lokale Berichterstattung

- Die in der „Negativliste öffentlich-rechtlicher Telemedien“ (vgl. C.II. und D.II.) enthaltenen Telemedien und Angebots Elemente

## **II. Grundlagen des Verfahrens zur Überführung des sogenannten „Bestands“**

Die Anforderungen des § 11d Rundfunkstaatsvertrag gelten auch für alle bestehenden Angebote von ARD und ZDF, die über den 31.05.2009 hinaus fortgeführt werden. Dieser Bestand ist gemäß Art. 7 Abs.1 Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Telemedienkonzepten den Ländern darzulegen. Außerdem ist für den Bestand das Verfahren gemäß § 11f Rundfunkstaatsvertrag (Drei-Stufen-Test) bis zum 31.08.2010 durchzuführen. Die Zuständigkeit für die Durchführung des Verfahrens liegt bei den zuständigen Gremien von ARD und ZDF. Diese entscheiden auch über die Fortführung des Bestands über den 31.08.2010 hinaus. Abgeschlossen wird das Verfahren durch die Prüfung der Rechtsaufsicht und die Veröffentlichung der Bestandsbeschreibung in den amtlichen Verkündungsblättern der Länder.

§ 11f Rundfunkstaatsvertrag beschreibt die Telemedienkonzepte als Konkretisierung der inhaltlichen Ausrichtung der Telemedien von ARD und ZDF nach *Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung* und *Verweildauer* der geplanten Angebote. Für die Durchführung des Verfahrens nach § 11f Rundfunkstaatsvertrag müssen die Angebotsbeschreibungen eine Darstellung des finanziellen Aufwands enthalten (§ 11f Abs. 4 Rundfunkstaatsvertrag). Zudem sind die marktlichen Auswirkungen der Angebote und ihre meinungsbildende Funktion ebenso zu beschreiben wie der voraussichtliche Zeitraum, innerhalb dessen das Angebot stattfinden soll. Aus den vorgenannten Anforderungen an die Beschreibung der Angebote im Telemedienkonzept ergibt sich, dass „Angebote“ nicht Onlineauftritte zu einzelnen Sendungen von Phoenix oder gar Einzelbeiträge bzw. Einzelelemente sind, sondern nur abgrenzbare Gesamtheiten von Einzelelementen und Einzelinhalten „Angebote“ im Sinne der einschlägigen Vorschriften darstellen können. Denn für kleinere und kleinste Teile der Phoenix-Telemedien wäre die Erstellung von Konzepten sowie die Formulierung von Inhalten, Zielgruppen und die Festlegung einer Verweildauer praktisch unmöglich.

Mit der vorstehend (Ziffer I) beschriebenen Differenzierung des § 11d Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag war beabsichtigt, ARD und ZDF mit dem kurzzeitigen Abruf ihrer Sendungen (§ 11d Abs. 2 Ziffer 1) sowie mit dem Angebot sendungsbezogener Onlineangebote (§ 11d Abs. 2 Ziffer 2) unmittelbar staatsvertraglich zu beauftragen, ohne dass für diese Angebote bürokratische Prozeduren durchlaufen werden müssen. Die Grenzziehungen für diese Ermächtigung sind jedoch im Zuge der Diskussion um den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag stetig verengt worden, so dass „Angebote“ im

Sinne des § 11f Rundfunkstaatsvertrag nicht ausschließlich aus Inhalten der Ziffern 1 oder 2 bestehen können. So muss beispielsweise die sogenannte Phoenix-Bibliothek neben Sendungen auf Abruf bis 7 Tage auch ältere Beiträge oder interaktive Module enthalten, die nicht unter § 11d Abs. 2 Ziffer 1 fallen. Vor allem für die sendungsbezogenen Angebote nach § 11d Abs. 2 Ziffer 2 sind die vom Gesetzgeber vorgesehenen Grenzziehungen jedoch so restriktiv, dass sie in der praktischen journalistischen Arbeit vielleicht für einzelne Elemente der Angebote (d.h. eine Berichterstattung zu einem bestimmten Thema, Einzelteile der Begleitung eines fiktionalen Programms) eingehalten werden könnten. Für Angebote im Sinne einer entsprechend den Vorgaben des Gesetzes abgrenzbaren Gesamtheit von Inhalten ist das praktisch ausgeschlossen. Schon der vom Gesetz vorgesehene enge inhaltliche und zeitliche Bezug auf die Inhalte *einer* konkreten Sendung ist in der journalistischen Praxis kaum umsetzbar. Die Beschränkung auf die für die jeweilige Sendung benutzten Materialien und Quellen führt de facto zu einem Aktualisierungsverbot, das der Aktualität und Schnelligkeit widerspricht, die Nutzer zurecht von Onlineangeboten erwarten. Zuletzt ist der Ausweis des zeitlichen und inhaltlichen Bezugs zu einer bestimmten Sendung oftmals nicht möglich bzw. nur mit erheblichem bürokratischen Aufwand zu gewährleisten.

Die beabsichtigte Privilegierung von Sendungen bis 7 Tage/24 Stunden und von sendungsbezogenen Angeboten bis 7 Tage gilt zudem nicht für die bestehenden Angebote. Für den Bestand sieht das Gesetz nämlich noch nicht einmal für Angebote der Ziffern 1 und 2 eine unmittelbare staatsvertragliche Mandatierung vor. Denn der Bestand ist unabhängig davon, ob es sich um Angebote nach § 11d Abs. 2 Ziffer 1, 2, 3 oder 4 handelt, in Telemedienkonzepten darzulegen und im Verfahren nach § 11f Rundfunkstaatsvertrag zu genehmigen.

Die bestehenden Angebote setzen sich aus den oben dargelegten Gründen aus einer Vielzahl von Inhaltstypen zusammen, die allen der vier vom Gesetzgeber in § 11d Abs. 2 genannten Inhaltstypen zugeordnet werden können. § 11d Abs. 2 Ziffer 1 bis 4 Rundfunkstaatsvertrag stehen nicht in einem Regel-Ausnahmeverhältnis oder einem Über-Unterordnungsverhältnis zueinander. Es handelt sich vielmehr um typische Formen von Inhalten, aus denen sich die Phoenix-Angebote frei zusammensetzen können, wenn die jeweiligen formalen und inhaltlichen Voraussetzungen erfüllt sind. ARD und ZDF unterwerfen deshalb alle Phoenix-Angebote den formalen und verfahrensmäßigen Anforderungen des § 11d Abs. 2 Ziffer 3 und 4, d.h. sie werden nachstehend in Telemedienkonzepten beschrieben, und für sie wird das in § 11f Rundfunkstaatsvertrag vorgesehene Verfahren (Drei-Stufen-Test) durchgeführt.

Das Phoenix-Fernsehtextangebot enthält aus technischen Gründen keine Sendungen auf Abruf, kann jedoch Telemedien im Sinne des § 11d Abs. 2 Ziffern 2, 3 und 4 ent-

halten. Aus diesem Grunde beschreiben ARD und ZDF auch das Phoenix-Fernsehtextangebot in einem Telemedienkonzept und führen für dieses das Verfahren nach § 11f Rundfunkstaatsvertrag (Drei-Stufen-Test) durch.

## **B. Publikums-Adäquanz und besondere Qualität der Phoenix-Telemedienangebote**

Mit den neuen technologischen Möglichkeiten aufgrund der Konvergenz von TV-Netzen und Datennetzen, von Fernsehen und Internet, geht ein tiefgreifender Wandel in der Mediennutzung und den Erwartungen der Nutzer einher. Dieser Wandel vollzieht sich zwar nicht abrupt, sondern eher evolutionär, dennoch sind bereits heute die Grundlinien deutlich erkennbar:

Fernsehen wandelt sich in den Augen der Zuschauer von einem an bestimmte Sende-schemata und feste Zeiten gebundenen Medium zu einem Medium, das zunehmend auch zeitsouverän und ortsunabhängig genutzt werden kann. Die Kombination von linearen und nicht-linearen Angeboten auf ein und derselben Plattform bietet vielfältige Möglichkeiten für neue und vernetzte Angebote. Die Zahl der Programme und Online-Angebote wird sich vervielfachen. Die größere Auswahl wird zwangsläufig zu einer größeren Segmentierung der Zuschauerschaft führen. Zielgruppen werden differenzierter als heute angesprochen. Fernsehen kann man künftig wann man will, wo man will und wie man will. Neu sind auch die vielfältigen Möglichkeiten der Interaktivität, die von Suchfunktionen, über den individuellen Abruf von Sendungen und programmbe-gleitenden Informationen, der Teilnahme an Chats, Foren und Social Networks bis hin zur Erstellung und Zugänglichmachung eigener Inhalte („User Generated Content“) reichen. Dabei handelt es sich nicht nur um neue Formen der Multimedialität, in denen sich der verfassungsrechtliche Funktionsauftrag von ARD und ZDF manifestiert. Auf längere Sicht wird das Fernsehen mindestens teilweise mit Akzentuierungen in dieser Multimedialität aufgehen.

Das Internet gewinnt für die Bevölkerung rasant an Bedeutung. Binnen 10 Jahren ist der Anteil der Internetnutzer in Deutschland von 10,4 Prozent (1998) auf 65,8 Prozent (2008) gestiegen. Im Durchschnitt verbringen die Nutzer 120 Minuten täglich im Inter-net, 14–29-Jährige sogar 159 Minuten täglich. Bei 14–19-Jährigen übersteigt die tägliche Internetnutzung bereits den Fernsehkonsum, so das Ergebnis der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. Angesichts des hohen Stellenwerts und der Dynamik des Netzes überrascht es nicht, dass alle Medienanbieter Onlinestrategien entwickeln.

Gerade für Qualitätsanbieter von Informationen ist das Internet als neues Betä-tigungsfeld relevant, da das Medium bislang überwiegend ein Informationsmedium für

die Nutzer ist. 62 Prozent aller Internetnutzer geben an, das Internet überwiegend zur Informationssuche zu benutzen. Die Nutzer greifen vor allem auf aktuelle Nachrichtenangebote (52 %), Freizeitinformationen (50 %), Serviceinformationen wie Wetter oder Verkehr (47 %) und Informationen aus Wissenschaft, Forschung und Bildung (44 %) zu. Erst an zweiter Stelle steht der Spaßfaktor. Jedoch ist auch hier eine ähnliche Entwicklung wie im TV-Markt zu beobachten. Jüngere Zielgruppen suchen in den letzten Jahren verstärkt nach Unterhaltung im Netz. Zu diesem Ergebnis kommt die ARD/ZDF-Onlinestudie 2008.

Laut einer Studie von IBM Global Business Service zum Thema „Konvergenz oder Divergenz?“ aus dem Jahre 2006 wünschen sich zwei Drittel aller Zuschauer in Deutschland auch zeitversetzt fernsehen zu können. Das größte Interesse an Zeitsouveränität besteht bei den unter 20jährigen mit 89 Prozent; selbst bei den über 50jährigen sind es noch weit mehr als 50 Prozent. Inzwischen nutzen laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2008 bereits 55 Prozent aller bundesdeutschen Onliner zumindest gelegentlich Videos im Netz; bei 14-19-Jährigen sind es bereits 92 Prozent. Treiber dieser Entwicklung sind vor allem die bei Jüngeren beliebten Videoportale, aber auch die Angebote der Fernsehsender. 12 Prozent der Internetnutzer schauen heute schon Fernsehen live im Internet und weitere 14 Prozent rufen Fernsehsendungen und Videos zeitversetzt im Internet ab.

Ein Online-Angebot ist für öffentlich-rechtliches Fernsehen unverzichtbar, weil es substanzorientierte Programmproduktionen ideal vertieft, ergänzt und individuell zugänglich macht. Darüber hinaus eröffnet es neue Möglichkeiten interaktiver Einbeziehung der Zuschauer in die Kommunikation und bereitet den Sender auf die Zeiten vor, in denen die technische Konvergenz für das breite Publikum Realität ist.

Die Digitalisierung ermöglicht eine maßgeschneiderte Ausdifferenzierung des Programmangebots. Es gelingt zunehmend schwerer, alle Zuschauer mit einem Angebot im gleichen Maße zu erreichen. Jede Sendergruppe muss deshalb ein umfangreiches Programmangebot im Fernsehen und im Netz anbieten, um den Nutzungsgewohnheiten langfristig gerecht zu werden. Ohne ein attraktives Onlineangebot wird Phoenix jüngere Zuschauer mittelfristig nicht mehr erreichen. Wer nicht im Netz ist, hat keine Zukunft.

Es gilt zudem: Wer nicht adäquat im Netz ist, hat keine Zukunft. Nur wer Nutzererwartungen und Standards im Internet erfüllt, kann langfristig im Wettbewerb bestehen. Das Internet ist das „elektronische Gedächtnis unserer Zeit“. Es ist die besondere Charakteristik des Netzes, Inhalte zu vergleichsweise geringen Kosten bereitzuhalten und neu zusammenzustellen. In der Regel sind tagesaktuelle Schlagzeilen und latent

aktuelle Hintergrundinformationen eng miteinander verknüpft. Die Mischung aus aktuellen und Hintergrundbeiträgen bestimmt die Angebotsattraktivität. Bereits produzierte und vom Gebührenzahler finanzierte Beiträge und Sendungen aus dem Archiv würden bei einer sehr eng gefassten zeitlichen Begrenzung dem Zuschauer willkürlich, da ohne Kostengrund, vorenthalten. Viele Themen wie z.B. die Berichterstattung zur US-Wahl, zur weltweiten Finanzkrise, aber auch zum für Phoenix so wichtigen Bereichen der Information, Bildung und Kultur erschließen sich für den Nutzer nur, wenn ein Blick in die Historie über wenige Tage oder Monate hinaus möglich ist.

Das Internet bietet dem Nutzer besondere Vorteile in Bezug auf den Zeitpunkt, den Ort, die Tiefe und die Form der Darbietung. Durch die bessere Verfügbarkeit Breitbandiger Internetzugänge haben sich insbesondere im Bereich der Darbietungsmöglichkeiten in den letzten Jahren neue Standards entwickelt. Betrachtet man die Entwicklung des Internets, so zeigt sich eine eindeutige Tendenz von einem Textmedium mit einzelnen kleinen Standbildern, über ein Textmedium mit Bewegtbildern im Miniaturformat zu einem in vielen seiner attraktivsten Angebote bildschirmfüllenden audiovisuellen Medium. Wer im Internet als Medienanbieter erfolgreich sein will, muss Videos anbieten. Entsprechend dieser Entwicklung ist es nur konsequent, dass Phoenix verstärkt auf audiovisuelle Inhalte im Internet setzt. Dort, wo früher komplexe Zusammenhänge ausschließlich mit Hilfe von Textseiten erklärt werden mussten, kann heute auch auf Breitbandige Bewegtbilderelemente zurückgegriffen werden. Im Unterschied zu anderen Akteuren können ARD und ZDF hierbei auf ihre Kernkompetenz als Fernsehveranstalter zurückgreifen. Bewegtbildangebote stehen deshalb im Mittelpunkt des Phoenix-Onlineangebots.

Alle Telemedienangebote von Phoenix, das Onlineangebot und das Fernsehangebot, leisten einen wichtigen Beitrag zur Erfüllung des ARD und ZDF gesetzlich übertragenen Funktionsauftrags. Wie das Fernsehprogramm Phoenix dienen sie der individuellen und öffentlichen Meinungsbildung und der Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft. Sie geben einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen und fördern dadurch internationale Verständigung, europäische Integration sowie den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern. Wie das Fernsehprogramm dienen auch die Telemedienangebote von Phoenix der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung. In ihnen sollen insbesondere Beiträge zur Kultur enthalten sein, die Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen. Dadurch thematisieren die Phoenix-Telemedienangebote die Belange der Gesellschaft und ihrer Bürger. Sie ermöglichen Kommunikation über wichtige Themen durch professionelle Selektion, Aufbereitung und Gestaltung.

Die Telemedienangebote sind redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet. Sie ermöglichen allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft, bieten Orientierungshilfe und sind darauf angelegt, die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und auch von Minderheiten zu fördern. Die Telemedien von Phoenix stehen im Dienst der Zuschauer und Nutzer als Individuen und Teil der Gesellschaft. Sie sind – anders als viele kommerzielle Angebote – keine Vermarktungsplattformen, die dem Ziel dienen, den Nutzer zum Kunden zu machen oder ihn als solchen zu vermitteln. Qualitätsbestimmende Merkmale aller Phoenix-Telemedienangebote sind die unabhängigen, hochqualifizierten und frei von sachfremden wirtschaftlichen Zwängen arbeitenden Redaktionen sowie die Möglichkeit, auf das weltumfassende Korrespondentennetz, die Studios in den deutschen Ländern sowie generell auf das redaktionelle Know-How der Fernsehredaktionen von ARD und ZDF zurückzugreifen. Hinzu kommen besonders strenge Jugendschutzaufgaben, der konsequente Verzicht auf journalistisch nicht begründbare Gewaltdarstellungen, die Werbefreiheit und Barrierearmut. Auch die umfassende redaktionelle Kontrolle und Prüfung des Angebots sowie seine kontinuierliche Pflege bestimmen die spezifische Qualität und den daraus resultierenden Beitrag zur Auftragserfüllung der Phoenix-Telemedien.

Durch die vorstehend beschriebenen Eigenschaften entsprechen die Telemedienangebote von Phoenix nicht nur den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft. Sie leisten auch einen wichtigen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb: Dadurch, dass Phoenix dauerhaft Medieninhalte von hoher Qualität bereitstellt, haben Konkurrenzangebote einen Anreiz, ihrerseits nicht im Bemühen um journalistische Qualität und optimale Inhalte nachzulassen.

## **C. Phoenix-Onlineangebot**

### ***1. Konzept für Phoenix.de***

#### **1. Inhalt und Ausrichtung des Angebots**

Das Angebot Phoenix.de richtet sich an Nutzer, die sich zu jeder Zeit des Tages umfassend und hintergründig über aktuelle Entwicklungen des Weltgeschehens, aber auch über Ereignisse in Deutschland, informieren wollen. Es bietet dazu eine zeitu-nabhängige Nutzung der im Phoenix-Fernsehprogramm gesendeten Inhalte und zusätzliche Hintergrundinformationen, die über den Umfang der in einer Sendung ab-

bildbaren Inhalte hinausgehen. Dabei ist die Gesamtanmutung von Phoenix.de durch Videos und Bilder, aber auch Texte als wesentliches Element qualifizierter Onlineangebote geprägt und entspricht der eines Fernsehsenders. Videos politischer Gesprächssendungen oder aktueller Ereignisse, Bildergalerien, dokumentarische Bildbeiträge, politische Analysen und erklärende Hintergrundelemente wie Flash-Module und –Filme sowie interaktive Elemente werden eng mit dem Fernsehangebot verzahnt und greifen vom Grundsatz her auf die gleichen Produktionsbedingungen zurück wie das Fernsehprogramm. Phoenix.de ist ein Angebot, das sich aus Livesendungen, Sendungen auf Abruf, auf eine Sendung bezogenen Elementen, nicht sendungsbezogenen Bestandteilen und Archiven zusammensetzt. Das ZDF beschreibt deshalb phoenix.de in einem Telemedienkonzept und führt das für bestehende Telemedien gemäß Art. 7, § 11f Rundfunkänderungsstaatsvertrag gesetzlich vorgesehene Verfahren durch.

Phoenix.de dient – neben der Ankündigung des Programms – auch der Vertiefung der Themen der einzelnen Sendungen sowie allgemeinpolitischer Themen ohne konkreten, permanenten Sendungsbezug. Phoenix.de verbindet dabei Aktualität mit Hintergrund, bietet neben der zeitnahen Dokumentation von Ereignissen eine Ergänzung und Vertiefung des Wissens sowie die Einordnung dieser Ereignisse in einen gesamtpolitischen Zusammenhang. Phoenix.de ist dabei ein eigenes journalistisches Angebot mit selbständigem Profil, das auch Meldungen, Themen und Ereignisse beinhalten kann, die nicht Gegenstand einer konkreten Sendung sind oder waren.

Alle durch Phoenix selbst produzierten Sendungen und Beiträge werden – wenn keine Rechteeinschränkungen gegeben sind - live gestreamt und stehen für einen begrenzten, Zeitraum im Anschluss zum Abruf bereit. Ausgewählte Beiträge von besonderer Bedeutung werden – zusammen mit Texten, Bildmaterialien und anderen erklärenden Modulen – zu Themenschwerpunkten zusammengestellt und begleiten eine Sendungsreihe durchgängig, beispielsweise zur Regierungsbildung in Hessen, den Plenarsitzungen des Deutschen Bundestages oder den US-Wahlen. Es handelt sich dabei um Themen, die in den Phoenix -Sendungen quer durch alle drei Programmsäulen (Diskussionen, Dokumentationen, Ereignisse/vor Ort) immer wieder in regelmäßigen und unregelmäßigen Abständen über einen längeren Zeitraum aufgegriffen werden, deren Thema aber absehbar nach einem mittelfristigen Zeitraum von ca. sechs bis neun Monaten beendet ist und zu dem dann auch der Online-Themenschwerpunkt archiviert wird.

Alle Phoenix-eigenen Gesprächsrunden mit Parlamentariern, Wirtschafts- und Verbandsfunktionären und anderen Menschen des öffentlichen Lebens sowie Analysten und Journalisten, die zu den aktuellen Themen eine einschätzende Einordnung er-

möglichen, werden als Element der politischen Bildung und damit elementarer Kern des Phoenix-Sendeauftrages archiviert und sind für die Zuschauer als Video on demand sowie als Podcast zum Download für eine mobile Nutzung verfügbar.

Ebenfalls verfügbar sind Sendungen und Beiträge zu Themen, die von dauerhaftem Interesse sind, wie beispielsweise zum Themenschwerpunkt "Klimawandel", der bei Phoenix in regelmäßigen Abständen im Fernsehprogramm aufgegriffen wird: Diese Videos werden nur zeitweise besonders hervorgehoben und sind immer wieder – zu aktuellen Anlässen – prominent auf der Homepage eingestellt. Außerhalb aktueller Ereignisse werden diese Videos in den Hintergrund der Homepage genommen, ohne sie aber ganz abzuschalten. So ermöglicht Phoenix.de, dass externe Fachforen, die sich mit den Thematiken permanent auseinandersetzen, Links und Verweise auf ebendiese Videos und anderen Inhalte weiter online lassen können. Das trägt wesentlich zur Reputation von Phoenix als seriöse Quelle für wissenschaftliche Erklärungen und politische Hintergrundinformationen bei.

Der Aktualisierungsrhythmus und die Angebotstiefe der Elemente von Phoenix.de variieren. Das Angebot Phoenix.de ist in Rubriken gegliedert und bildet hier die Programmankündigungen, die Themen vorangegangener und zukünftiger Sendungen des Phoenix-Programms, Informationen zu den Machern und Moderatoren des Programms, zu Redaktionen und Kontaktadressen ab. Es nutzt die im Internet üblichen Gestaltungsformen wie beispielsweise aufbereitete Inhalte von Einzelbeiträgen in Textform, Abrufvideos, Audiofiles, Bildergalerien, Streams, Podcasts, themenbezogene Chats, Foren oder Blogs, Einzelbilder, Wissensspiele, Quizangebote mit Bildungshintergrund und interaktive Animationen. Oft sind die Anwendungen bewusst cross-medial angelegt und können kombiniert eingesetzt werden. Spielerische Elemente werden ausschließlich dann eingesetzt, wenn es gilt, komplizierte Sachzusammenhänge auf einfache, trotzdem anschauliche Art und Weise zu verdeutlichen und werden nur kombiniert mit einer realen Wissensvermittlung verwendet und entsprechen damit dem Informations- und Bildungsprofil von Phoenix.de.

Phoenix.de beinhaltet auch Material Dritter: Zum einen wird der Zugang zu im Internet befindlichen Dokumenten und Quellen über die Phoenix-Homepage ermöglicht, teilweise indem Verlinkungen nach Maßgabe der Programmrichtlinien der zuständigen Mutterhäuser von ARD und ZDF vorgenommen werden. Zum anderen wird sogenannter "user generated content" beispielsweise in Foren, Chats, Blogs und anderen interaktiven Elementen generiert. Das redaktionelle Konzept und die Abnahme liegen dabei grundsätzlich bei Phoenix. Inhalte werden erst nach Maßgabe einer journalistischen Prüfung und Einordnung durch Phoenix abrufbar gemacht. Eine ungeprüfte Einstellung von "user generated content" ist auf Phoenix.de nicht möglich.

Phoenix-Programmschwerpunkte werden im Internet mit vertiefenden Themenschwerpunkten begleitet. Inhaltlich sind zwei Kategorien zu unterscheiden: Zunächst die durch das Fernsehprogramm Phoenix gesetzten Thementage, Aktionswochen oder Sendungen und Sendereihen mit Eventformat, andererseits die an aktuelle oder besondere Ereignisse gekoppelten aktuellen Schwerpunkte. Die Schwerpunkte können dabei unter einer eigenen Subdomain oder mit einem eigenen Domain-Zusatz angeboten werden (beispielsweise [www.phoenix.de/usa](http://www.phoenix.de/usa) oder [blog.phoenix.de/russland](http://blog.phoenix.de/russland)). Die vertiefenden Hintergrundinformationen zu den Phoenix-Schwerpunkten werden in sogenannten Themenschwerpunkten im Online-Angebot gebündelt. Dabei werden die Online-Schwerpunkte nicht losgelöst vom Fernsehen geplant. Alle selbst produzierten Gesprächssendungen haben einen gesellschaftspolitischen, sozialen, kulturellen oder parlamentarischen Hintergrund, dienen dem Kern des Sendeauftrages von Phoenix und werden als Video-on-Demand zum Abruf vorgehalten.

Neben begleitenden Texten zur Sendung werden vor allem auch ältere, für den politischen Hintergrund wichtige Videos von vergangenen Sendungen zusammen mit aktuellem Material zu einem Schwerpunkt verbunden. Die Online-Themenschwerpunkte bieten aber über das vorhandene Bewegtbildmaterial hinaus auch Inhalte als Hintergrundinformation an, die in den Fernsehsendungen aus Zeit- oder Formatgründen nicht gezeigt werden können, die aber für die zeitgeschichtliche, gesellschaftspolitische oder sonstige Einordnung der aktuellen Ereignisse von Bedeutung sind. Publizistische Höhepunkte aus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland seit dem Bestehen des Ereignis- und Dokumentationskanals Phoenix mit gesellschaftspolitischem, sozialen, parlamentarischen oder demokratischen Hintergrund dienen in besonderer Weise der Vermittlung demokratischer Grundwerte und parlamentarischer Kultur, spiegeln das demokratische Leben der Bundesrepublik in dem beschriebenen Zeitraum wider und sind somit Kernbestandteil des Auftrages. Sie werden in der Phoenix-Bibliothek uneingeschränkt und zeitlich unbegrenzt als Video-on-Demand zum Abruf vorgehalten.

## **2. Beitrag zur Auftragserfüllung**

Phoenix.de spiegelt die Vielfalt der Phoenix-Programmsäulen Diskussion und Dokumentation aktueller Ereignisse sowie ihre planerische Schwerpunktbildung wider und unterstützt so die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags. Es bietet Rubriken zu aktuellen Ereignissen, zeitnahen Dokumentationen und hintergründigen Informationen. Entsprechend der Auftragsbestimmung in § 11 Rundfunkstaatsvertrag gibt Phoenix.de einen umfassenden Überblick über das internationale, nationale und regionale gesell-

schaftspolitische und parlamentarische Geschehen in der Bundesrepublik Deutschland und auf den für Deutschland relevanten politischen Interessengebieten.

Phoenix.de wird dabei geprägt durch den Phoenix-Leitsatz "Machen Sie sich Ihr eigenes Bild" und bietet dementsprechend die Möglichkeit, Ereignisse aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten und Informationen zu den verschiedensten Meinungen abzurufen. Phoenix gibt dabei Raum zur gesellschaftlichen Debatte und begreift seine Zuschauer und Nutzer als mündige Bürger, die Sachzusammenhänge selbst bewerten und sich so ein eigenes Bild machen zu können. Phoenix.de greift diesen journalistischen Grundgedanken auf, verbindet ihn mit der Streitkultur des Netzes und trägt dadurch als Medium zum Prozess der öffentlichen und individuellen Meinungsbildung bei und erfüllt auf diese Weise demokratische, soziale und kulturelle Bedürfnisse der Gesellschaft. Ferner bietet Phoenix umfangreiche Übersichten und Informationen zum Programm als Serviceleistung an. Der Nutzer kann sich beispielsweise über tagesaktuelle Programmänderungen informieren und den Programmablauf nachverfolgen. Phoenix verzichtet auf Werbung und Sponsoring und bietet durch den kostenfreien Zugang zu den umfassenden und barrierearmen Informationsangeboten auf Phoenix.de allen Gruppen der Bevölkerung die uneingeschränkte Teilhabe an unserer Informationsgesellschaft. Dies schließt den Einsatz von erklärenden und weiterführenden Textdokumenten für Hör- und Sehbehinderte (erforderlich für Braille-PC oder PC mit Vorlese-Software) ein.

### **3. Geplante Entwicklung**

Für die Verwirklichung der Bestandteile des Phoenix-Kernauftrags – Information und Bildung durch die zeitnahe Dokumentation wichtiger Ereignisse und der parlamentarischen Abläufe zu vermitteln - gibt es aufgrund der multimedialen und interaktiven Möglichkeiten des Internets im Vergleich zum Fernsehen andere und neue Formen der Darbietung. Diese werden verstärkt gerade von jüngeren Menschen genutzt. Die Bereitstellung und Aufbereitung der Inhalte des Online-Angebotes von Phoenix trägt diesen Gegebenheiten und dem sich fortlaufend verändernden Nutzungsverhalten in den neuen Medien Rechnung. Insbesondere dem verstärkten Bedürfnis nach Interaktion des Zuschauers mit den Programmmachern und untereinander soll Rechnung getragen werden, aber auch eine Vertiefung der crossmedialen Ansätze bei der Entwicklung multimedialer Angebote für Phoenix.de und eine weitere Verschmelzung der Medien "Fernsehen" und "Internet" sind Ziel der Weiterentwicklung von Phoenix.de. Dieses ist alleine schon deshalb geboten, weil 58,6 Prozent der Phoenix-Zuschauer zugleich Online-Nutzer sind. Das Phoenix-Onlineangebot orientiert sich bei allen Weiterentwicklungen am öffentlich-rechtlichen Auftrag und trägt so zur Informationsvielfalt und zum publizistischen Wettbewerb bei.

## **II. Negativliste**

Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben sind die nachstehend aufgeführten Telemedien und Angebotselemente nicht im Phoenix-Onlineangebot enthalten:

1. Anzeigenportale, Anzeigen oder Kleinanzeigen,
2. Branchenregister und -verzeichnisse,
3. Preisvergleichsportale sowie Berechnungsprogramme (z.B. Preisrechner, Versicherungsrechner),
4. Bewertungsportale für Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkte,
5. Partner-, Kontakt-, Stellen-, Tauschbörsen,
6. Ratgeberportale ohne Sendungsbezug,
7. Business-Networks,
8. Telekommunikationsdienstleistungen im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes,
9. Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches,
10. Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich,
11. Routenplaner,
12. Verlinkungen ohne redaktionelle Prüfung; Verlinkungen sollen ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung eines Eigeninhalts (auch von Beteiligungsunternehmen) dienen und nicht unmittelbar zu Kaufaufforderungen führen,
13. Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen,
14. Spieleangebote ohne Sendungsbezug,
15. Fotodownload ohne Sendungsbezug,
16. Veranstaltungskalender (sendungsbezogene Hinweise auf Veranstaltungen sind zulässig),
17. Foren, Chats ohne Sendungsbezug und redaktionelle Begleitung; Foren, Chats unter Programm- oder Sendermarken sind zulässig. Foren und Chats dürfen nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.

Gemäß den gesetzlichen Bestimmungen finden Werbung und Sponsoring im Onlineangebot von Phoenix nicht statt. Angekaufte Spielfilme und angekaufte Folgen von

Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen oder Koproduktionen sind, werden nicht angeboten. Eine flächendeckende lokale Berichterstattung findet nicht statt.

### **III. Verweildauer**

Während ältere Fernsehzuschauer für die zeitversetzte Nutzung von Fernsehprogrammen noch oft auf Videorekorder (30 bis 59 Jahre) oder Festplattenrekorder (30 bis 49 Jahre) zurückgreifen, nutzen jüngere Zuschauer (14 bis 29 Jahre) eher Videoportale. Insgesamt folgen die Abrufangebote mit 44 Prozent der zeitversetzten Fernsehnutzung nach den Videorekordern (63 %) an zweiter Stelle.

Aus programmlich-redaktioneller Sicht ist festzustellen, dass die nachstehend festgelegte zeitliche Begrenzung eine substantielle Beschränkung der Gestaltungsfreiheit der Redaktionen sowie der Zugangsmöglichkeiten der Nutzer bedeutet. Sie widerspricht zudem der Medientypik des Internets, das es ermöglicht, zu vergleichsweise geringen Kosten Inhalte zusammenzustellen und dem Nutzer auf komfortable Weise zu erschließen. Die Herausnahme von redaktionellen Inhalten aus den Phoenix-Onlineangeboten kann daher dem berechtigten Interesse der Nutzer (d.h. Gebührenzahler) am Zugang zu bereits finanzierten Inhalten widersprechen und zugleich das Erreichen der mit den Telemedienangeboten gemäß § 11d Abs. 3 verfolgten Ziele (Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an der Informationsgesellschaft, Orientierungshilfe sowie Förderung der Medienkompetenz) beeinträchtigen. Dies gilt vor allem für die zeitlichen Begrenzungen für den Abruf von Magazinen, Dokumentationen, Reportagen und Gesprächssendungen.

Auf der anderen Seite ergibt sich aus lizenzvertraglichen Beschränkungen, den Kosten für die Abgeltung von Rechteinhabern oder persönlichkeitsrechtlichen Gründen ohnehin das Erfordernis, den Abruf von Inhalten über die nachstehend beschriebenen Grenzen hinaus zeitlich zu begrenzen. Diese Beschränkungen führen dazu, dass die nachstehend beschriebenen Verweildauern in vielen Fällen – zum großen Teil deutlich – unterschritten werden.

Die Verweildauer von Inhalten der Phoenix-Onlineangebote orientiert sich an deren publizistischer Relevanz und wird auf Grundlage journalistisch-redaktioneller Kriterien bestimmt. Das Gesetz verpflichtet ARD und ZDF, unabhängig von den journalistisch-redaktionellen Erfordernissen, eine maximale Verweildauer für seine Telemedien zu bestimmen. Wegen der Vielzahl der Einzelinhalte und deren unterschiedlicher Funktion und Relevanz im Gesamtangebot bedarf es einer nach publizistischen Kriterien differenzierenden, gleichwohl typisierenden Regelung. Dies führt für Sendungen, Teile

von Sendungen und Videos einerseits sowie für die übrigen Inhalte der Angebote andererseits zu unterschiedlichen Regelungen.

### **Sendungen, Sendungsteile und Videos**

Sendungen, Teile von Sendungen und Videos werden unmittelbar in Phoenix.de eingebunden. Sie werden je nach Genre und Sendungsbezug für eine unterschiedliche Dauer über das Internet zum Abruf angeboten. Dabei gilt, dass die gesetzliche Ermächtigung nach §11d Abs. 2 Nummer 1 stets ausgeschöpft wird. Die nachstehend beschriebenen, darüber hinausgehenden Verweildauern stellen Grenzziehungen dar. In der Praxis werden zahlreiche Sendungen und Sendungsteile nicht zum Abruf bereitgestellt bzw. sind nur für einen Teil der Verweildauer tatsächlich abrufbar. Dies gilt z.B. für eine Vielzahl täglicher Sendungen.

Für die Verweildauer von Sendungen, Teilen von Sendungen und Videos wird zwischen 12 Monaten (s.u. Ziffer 1., 3. und 7.), 6 Monaten (s.u. Ziffer 2.), 5 Jahren (s.u. Ziffer 5.) und 3 Monaten (s.u. Ziffer 6.) unterschieden. Für speziell festgelegte Einzelfälle, die in besonderer Weise der Vermittlung demokratischer Grundwerte und parlamentarischer Kultur dienen und das demokratische Leben der Bundesrepublik widerspiegeln, werden in der Phoenix Bibliothek Beiträge unbegrenzt vorgehalten. Im Rahmen der gebotenen kategorisierenden Verfahrensweise erfolgt diese Abstufung in Orientierung am Auftrag von ARD und ZDF, wie er in § 11 Rundfunkstaatsvertrag beschrieben ist, also am Beitrag der jeweiligen Inhalte zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft. Inhalte mit hoher publizistischer Relevanz, regelmäßig für die öffentliche Meinungsbildung besonders relevante Sendungen, Sendungsteile und Videos sollen den Nutzern länger auch für eine recherchierende Suche zur Verfügung stehen. ARD und ZDF sind der Auffassung, dass für den Bereich der Nachrichten, Magazine, Dokumentationen und Reportagen und Gesprächssendungen ein berechtigtes Interesse der Gebührenzahler besteht, die Angebote nach sie interessierenden Beiträgen aus den Bereichen Gesellschaft, Politik, Kultur etc. zu durchsuchen, bzw. gezielt bestimmte Sendungen oder Sendungsteile abzurufen. Diese bewusste Suche nach Informationen stellt eine besonders qualifizierte Form der Nutzung des Internets dar und zielt auf die Befriedigung des individuellen Bedürfnisses nach demokratischer, sozialer und kultureller Teilhabe. Angebote, die eine solche Nutzung des Internets ermöglichen, dienen daher in besonderer Weise den in §§ 11 und 11d Rundfunkstaatsvertrag beschriebenen Zielen. Auf der anderen Seite handelt es sich zugleich um Inhalte, die von kommerziellen Portalen weder qualitativ noch quantitativ in vergleichbarer Weise zur Verfügung gestellt werden. Damit ist für Nachrichten, Magazine, Dokumentationen, Gesprächssendungen und Reportagen sowie Teilen dieser Sendungen eine Verweildauer von 12 Monate zur Erfüllung des Auftrags erforderlich.

Reihen, Serien und Mehrteiler wird Phoenix bis sechs Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge abrufbar halten. Zuschauer, die eine Reihe, Serie oder Mehrteiler verfolgen, sollen in der Lage sein, einzelne Folgen wiederholt zu sehen oder bei einem späteren Einstieg in die Reihe oder Serie die bereits gesendeten Folgen abzurufen. Auch fiktionale Programme leisten einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und für die persönliche Identitätsfindung durch das Aufgreifen von aktuellen Themen, die Beschreibung von Lebensentwürfen und Rollenmustern. Dies gilt in besonderer Weise für redaktionell eigenverantwortete Auftrags- und Koproduktionen, vor allem, wenn diese die Lebenswirklichkeit in Deutschland zum Gegenstand haben. Soweit Reihen, Serien und Mehrteiler als Teil eines Programmschwerpunktes ausgestrahlt werden, sollen sie mit dem Programmschwerpunkt 12 Monate zum Abruf zur Verfügung stehen (Ziffer 3.). Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass fiktionalen Produktionen, die im Rahmen eines Programmschwerpunktes ausgestrahlt wurden, eine besondere publizistische Qualität zukommt.

Das Fernsehprogramm Phoenix vermittelt auch Wissen und Kenntnisse auf den Gebieten Wissenschaft, Technik, Theologie und Ethik. Vielfach werden Wissenschaftsfelder oder Technologien beschrieben und über neuere Entwicklungen auf diesen Gebieten berichtet. Im Rahmen derartiger Programme entstehen begleitende Erläuterungen und Module, die von längerfristigem Interesse sind, ohne zugleich unmittelbare zeit- und kulturgeschichtliche Relevanz zu haben. Beispiele sind die Phoenix-Sendereihen „ALL-Tag“, ein Projekt, in dessen Rahmen der deutsche Astronaut Thomas Reiter über sechs Monate bei seiner Weltraummission begleitet wurde, mit ausführlichen Online-Modulen und mehreren Sendungen oder die „EIS-Zeit“, eine Reihe, in der der Aufbau der Antarktisstation Neumeyer III über sechs Monate begleitet wurde, ebenfalls mit vielen Sendungen und Online-Modulen. Derartige, unmittelbar bildungsrelevante Sendungen und die sie begleitenden Inhalte sollen den Nutzern nach Auffassung von ARD und ZDF bis zu 5 Jahren zur Verfügung stehen (Ziffer 5.).

Bei allen übrigen Programmen gehen ARD und ZDF davon aus, dass eine höchstens dreimonatige Abrufbarkeit ausreichend ist, um den berechtigten Erwartungen der Nutzer gerecht zu werden und gleichzeitig dem gesetzlichen Auftrag gemäß §§ 11 und 11d Rundfunkstaatsvertrag zu entsprechen. Zu den unter Ziffer 6. fallenden Sendungen gehören beispielsweise Shows und Sportsendungen. Soweit derartige Programme als Teil eines Programmschwerpunktes gesendet werden, sollen sie mit dem Programmschwerpunkt 12 Monate zum Abruf zur Verfügung stehen (Ziffer 3.). Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass auch nicht den Ziff. 1. und 2. unterfallenden Programmen, die im Rahmen eines Programmschwerpunktes ausgestrahlt werden, eine besondere publizistische Relevanz zukommt.

Sendungsbezogene oder programmbegleitende Videos sollen solange wie die übrigen sendungsbezogenen oder programmbegleitenden Elemente zu einer Sendung zum Abruf bereitgehalten werden (Ziffer 7.). Damit wird eine einheitliche Verweildauer für programmbegleitende und sendungsbezogene Inhalte geschaffen.

Sendungen auf Abruf von Großereignissen gemäß § 4 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag sowie von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga werden nur bis zu 24 Stunden danach vorgehalten. Es erfolgt kein Angebot auf Abruf von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen oder Ko-produktionen sind.

Über die Dauer von sieben Tagen hinaus verbleiben Sendungen, Sendungsteile und Videos in Phoenix.de:

1. Nachrichten, Magazine, Dokumentationen, Gesprächssendungen und Reportagen sowie einzelne Beiträge aus diesen Sendungsformen werden grundsätzlich bis zu zwölf Monate bereitgehalten.
2. Reihen, serielle Angebote und Mehrteiler bleiben bis 6 Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge im Angebot.
3. Sendungen zu Programmschwerpunkten werden grundsätzlich für zwölf Monate zur Verfügung gestellt.
4. Sendungen, Sendungsteile und Videos zu wiederkehrenden Ereignissen, insbesondere zu Wahlen, Kulturevents oder Sportereignissen, können bis zur Wiederkehr des jeweiligen Ereignisses vorgehalten werden.
5. Sendungen, Sendungsbeiträge und Videos aus dem Bereich Bildung, die Wissenschaft, Technik, Theologie, Ethik oder politische und staatsbürgerliche Bildung zum Gegenstand haben, werden bis zu fünf Jahre zur Verfügung gestellt.
6. Alle anderen Sendungen bleiben für die Dauer von maximal drei Monaten nach Ausstrahlung im Angebot.
7. Sendungsbezogene oder programmbegleitende Videos können bis zwölf Monate nach Ausstrahlung der Sendung bzw. im Fall von Reihen, seriellen Angeboten und Mehrteilern bis zwölf Monate nach Ausstrahlung des letzten Teils oder der letzten Folge zum Abruf bereitgehalten werden.
8. Vorhandene Inhalte können wieder eingestellt werden bzw. eingestellt bleiben, wenn es in Verbindung mit einem Ereignis oder einer Berichterstattung dafür einen redaktionellen Bedarf gibt (z.B. Aussagen der Spitzenkandidaten der hessischen Landtagswahlen vor und nach dem Wahlausgang im Januar 2008, Aussagen zur Nominierung der US-Präsidentschaftskandidaten beim internen Wahlkampf der Demokraten und später beim Wahlkampf Republikaner gegen Demokraten etc.) oder eine Produktion im Phoenix-Fernsehprogramm wiederholt wird.

9. Parallel zum kostenfreien Angebot in Phoenix.de und über die Grenzen der dort geltenden Verweildauer hinaus ist in geeigneten Fällen auch eine kommerzielle Verwertung möglich.

Sendungen, Sendungsteile und Videos werden gemäß § 11d Abs. 2 Ziffer 4 Rundfunkstaatsvertrag dauerhaft angeboten, wenn sie für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags im Bereich der Zeit- und Kulturgeschichte besonders bedeutsam sind. Publizistische Höhepunkte aus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland seit dem Bestehen des Ereignis- und Dokumentationskanals Phoenix mit gesellschaftspolitischem, sozialem, parlamentarischem oder demokratischem Hintergrund dienen in besonderer Weise der Vermittlung demokratischer Grundwerte und parlamentarischer Kultur, spiegeln das demokratische Leben der Bundesrepublik in dem beschriebenen Zeitraum wider und sind somit Kernbestandteil des Auftrages. Sie werden in Phoenix uneingeschränkt und zeitlich unbegrenzt als Video-on-Demand zum Abruf vorgehalten.

Zeit- und kulturgeschichtliche Sendungen, Sendungsteile und Videos liegen zunächst vor, wenn sie unmittelbar zeit- und kulturgeschichtliche Themen zum Gegenstand haben. Daneben gibt es Sendungen oder Teile von Sendungen, die erst mit einigem zeitlichen Abstand als zeitgeschichtlich eingeordnet werden können. Dies können herausragende Ereignisse aus dem Sport (z.B. Aufkommen eines neuen, friedlichen Selbstbewusstseins der Deutschen während der Fußball-WM), aber auch aus der aktuellen Berichterstattung sein (z.B. die Schabowski-Presskonferenz zur Reisefreiheit 1989). Auch derartige Sendungen oder Sendungsteile können mit samt den sie vertiefenden oder erläuternden Angeboten dauerhaft im Archiv vorgehalten werden.

Zuletzt können Sendungen, Sendungsteile und Videos durch ihre Auswahl und Zusammenstellung zeit- und kulturgeschichtliche Relevanz erhalten. Dies gilt beispielsweise für einen Jahresrückblick, kann aber auch für die strukturierte Zusammenstellung von Beiträgen eines politischen Magazins oder die Darstellung der Entwicklung beispielsweise fiktionaler Erzählformen im Laufe der Jahre gelten. Deshalb können auch Sendungen oder Sendungsteile mit Inhalten, die für sich betrachtet nicht zeit- und kulturgeschichtliche Relevanz aufweisen, den Nutzern dann zeitlich unbegrenzt zum Abruf zur Verfügung gestellt werden, wenn die konkrete Auswahl, inhaltliche Aufbereitung und Einordnung die zeit- und kulturgeschichtliche Qualität begründen.

## **Andere Inhalte der Phoenix-Onlineangebote (insbesondere Bild / Text - Elemente, multimediale Inhalte, selbständige Animationen (Module))**

Bei anderen Inhalten als Sendungen, Teilen von Sendungen und Videos handelt es sich um Angebotselemente, die Inhalte bündeln, wie z.B. Informationen zu Sendungen von Phoenix, Dossiers, Themenschwerpunkte oder aktuelle Nachrichten. Dabei kann auf alle internettypischen Gestaltungsformen wie z.B. Bild-, Text- und Tonelemente, interaktive Elemente oder Spiele und Quiz zurückgegriffen werden. Für diese Inhalte soll grundsätzlich eine zwölfmonatige Verweildauer gelten. Die auf Sendungen bezogenen oder programmbeleitenden Elemente zu Reihen, seriellen Produktionen und Mehrteilern sollen bis zu zwölf Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge abrufbar sein, also sechs Monate länger als die Sendungen selbst. Damit wird dem berechtigten Interesse der Nutzer entsprochen, auch einige Zeit nach Beendigung beispielsweise einer Serie noch Informationen zur Handlung, zu den Schauspielern oder Hintergrundinformationen abzurufen. Sobald Inhalte von Phoenix.de nicht auf Sendungen bezogen oder programmbegleitend sind, sollen sie für maximal sechs Monate abrufbar bleiben.

Vorhandene Inhalte können wieder eingestellt werden, wenn es dafür ein berechtigtes publizistisches Interesse gibt (Ziffer 7.). Für bestimmte Inhalte, die sich auf regelmäßig wiederkehrende Inhalte und Themen der Sendungen des Phoenix-Fernsehprogramms beziehen, diese erläutern oder vertiefen, ergibt sich daraus, dass sie dauerhaft vorgehalten werden können, solange die entsprechenden Themen Gegenstand der Sendungen von Phoenix sind (Ziffer 8.).

Die oben ausgeführten Begründungen für die Verweildauer von Sendungen, Sendungsteilen und Videos gelten für die anderen Inhalte der Phoenix-Onlineangebote entsprechend.

1. Auf Sendungen bezogene und programmbegleitende Elemente (einschließlich Foren und Chats) des Phoenix-Onlineangebots können bis zwölf Monate zum Abruf bereitgehalten werden.
2. Die Inhalte (einschließlich Foren und Chats) zu Reihen, zu seriellen Produktionen und Mehrteilern bleiben bis zwölf Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge im Angebot.
3. Inhalte zu Programmschwerpunkten werden grundsätzlich für zwölf Monate zur Verfügung gestellt.

4. Inhalte aus dem Bereich Bildung, die Wissenschaft, Technik, Theologie oder Ethik zum Gegenstand haben, werden bis zu fünf Jahre zur Verfügung gestellt.
5. Informationen, Tabellen, Ergebnisse, Statistiken und interaktive Module im Bereich des Sports oder wiederkehrender Ereignisse (z.B. Bundestags-, Landtagswahlen und herausgehobene Kommunalwahlen, die Wahl des Bundespräsidenten, Wahlen auf internationaler Ebene wie Wahlen zum Europaparlament, zum US-Präsidenten oder zum russischen Präsidenten oder der Duma, kulturelle Veranstaltungen mit gesellschaftspolitischer Relevanz wie beispielsweise der Verleihung von wichtigen innerdeutschen und internationalen Preisen wie beispielsweise des Aachener Karlspreises oder des Nobelpreises, gesellschaftspolitisch relevanter Ereignisse wie die Olympischen Spiele, die Fußball-WM oder –EM etc.) werden im zeitlichen Umfeld der jeweiligen Ereignisse oder bis zum Beginn der nächsten Saison bzw. bis zur Wiederkehr des Ereignisses vorgehalten. Dies betrifft auch historische Daten, soweit sie für die aktuelle Berichterstattung relevant sind. Insbesondere Wahldaten über die Einzelergebnisse in den einzelnen Wahlkreisen können bis zur nächsten Wahl die ganze Legislaturperiode als Bestandteil der parlamentarischen Kultur und demokratischen Bildung eingesehen werden.
6. Alle anderen Inhalte bleiben für die Dauer von maximal sechs Monaten nach Einstellung in ein Angebot abrufbar.
7. Vorhandene Inhalte können wieder eingestellt werden, wenn es in Verbindung mit einem Ereignis bzw. der Wiederholung einer Produktion im Phoenix-Fernsehprogramm oder einer Berichterstattung dafür einen redaktionellen Bedarf gibt, insbesondere bei Wiederauflage oder Wiederholung einer Reihe oder Serie. Sie können auch in komprimierter Form als Rückblick zum Abruf bereitgestellt werden.
8. Inhalte, die sich auf konstante Elemente oder regelmäßig wiederkehrende Themen von Fernsehsendungen beziehen oder diese abbilden, können solange im Netz bereit gehalten werden, wie sie auch in Sendungen von Phoenix relevant sind. Beispiele sind programmbegleitende Informationsmodule oder staatsbürgerliche Informationen, etwa zum deutschen Staatsaufbau.
9. Informationen über ARD und ZDF, ihre Programme und Dienste, z.B. zu Moderatoren, den Studios, Hinweise auf Veranstaltungen von ARD und ZDF oder Phoenix und Basisinformationen zu Sendungen, zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk und seinen Rechtsgrundlagen, zur Technik und zur Empfangbarkeit der Angebote können ohne zeitliche Begrenzung vorgehalten werden.

10. Inhalte, die einen hintergründig erklärenden Charakter für die in der Phoenix-Bibliothek uneingeschränkt und zeitlich unbegrenzt vorgehaltenen Video beinhalten, werden ebenfalls dauerhaft vorgehalten.

Inhalte gemäß § 11d Abs. 2 Ziffer 4 Rundfunkstaatsvertrag, die für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags im Bereich der Zeit- und Kulturgeschichte besonders bedeutsam sind, werden dauerhaft angeboten. Solche Inhalte betreffen langfristige Entwicklungen oder Hintergründe von zeit- oder kulturgeschichtlicher Bedeutung, begleiten z.B. einen fortwährend aktuellen Schwerpunkt oder stellen Basisinformationen – auch für Schulen und Bildungseinrichtungen – zur Verfügung. Nicht abschließende Beispiele sind die Berliner Reden der diversen Bundespräsidenten, angefangen mit der "Ruck-Rede" von Roman Herzog, die Kandidatenduelle von Kanzler und Herausforderer/in, die Machtwechsel von Helmut Kohl zu Gerhard Schröder und von Gerhard Schröder zu Angela Merkel als dokumentarische Abläufe, wichtige und historische Meilensteine in der Politik der Bundesrepublik, die eine Zäsur legislativer Art bedeuten (erstmalige Einführung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr und deren Debatte in den Parteien), Zäsuren in der Sozialgesetzgebung wie beispielsweise der Einführung von Hartz IV inkl. der parlamentarischen Diskussionen dazu, gravierende sicherheitspolitische Veränderungen und deren parlamentarische Ausgestaltungen, die sich durch den Themenkomplex "9/11" und "Kampf gegen den Terror" ergeben etc.

Neben Inhalten, die unmittelbar zeit- und kulturgeschichtliche Themen zum Gegenstand haben oder die Programme mit zeit- und kulturgeschichtlichen Themen begleiten, gibt es auch Inhalte, die erst mit einigem zeitlichen Abstand als zeitgeschichtlich eingeordnet werden können. Dies können herausragende Ereignisse aus dem Sport (z.B. Aufkommen eines neuen friedlichen Selbstbewusstseins der Deutschen während der Fußball-WM), aber auch aus der aktuellen Berichterstattung sein (z.B. die Schabowski-Pressekonferenz zur Reisefreiheit 1989). Derartige Inhalte können dauerhaft im Archiv vorgehalten werden.

Zuletzt können Inhalte durch ihre Auswahl und Zusammenstellung zeit- und kulturgeschichtliche Relevanz erhalten. Dies gilt beispielsweise für einen Jahresrückblick und die ihn begleitenden Onlineseiten. Dies kann aber auch für andere strukturierte Zusammenstellungen von Inhalten gelten. Entscheidend ist in dieser Hinsicht, dass stets eine Auswahl, inhaltliche Aufbereitung und Anordnung in zeit- und kulturgeschichtlicher Hinsicht stattfindet.

Die nach dem vorstehenden Verweildauerkonzept erforderliche Depublizierung, d. h. die Gewährleistung, dass die Inhalte den Nutzern nicht mehr zur Verfügung stehen, muss einzeln und in Handarbeit erfolgen. Aus diesem Grunde wird Phoenix mit Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages sein Verweildauerkonzept noch

nicht vollständig umgesetzt haben. Phoenix wird jedoch so schnell wie möglich, jedenfalls innerhalb der für die Durchführung des Verfahrens nach § 11f Rundfunkstaatsvertrag gesetzten Frist, die vollständige Umsetzung des Verweildauerkonzepts bewerkstelligen.

#### ***IV. Technische Darreichung und Verbreitung des Angebots, Barrierearmut***

Für die Verbreitung ihrer Internet-Angebote setzen ARD und ZDF auf offene technische Standards und auf Distributionswege, deren Zugang so wenig wie möglich beschränkt ist. Dabei ist es wichtig, dass die Phoenix-Angebote über jeden relevanten Verbreitungsweg abrufbar sind, dass sie für alle relevanten Bildschirmgrößen aufbereitet werden und dass sie auf den wesentlichen Endgeräten nutzbar sind.

Konkret bedeutet dies: die Telemedien-Angebote von Phoenix sollen auf dem Fernseher abrufbar sein, auf dem PC und auf mobilen Endgeräten. Dazu wird vom ZDF in Abstimmung mit der ARD neben den klassischen Websites für den PC eine nach Möglichkeit automatisch erzeugte Fassung der Angebote für internetfähige Fernseher (ggf. mit Settop-Box) und für Endgeräte mit kleinen Bildschirm (z.B. Handys) bereitgestellt. Alle Angebote nutzen dabei die offenen Standards des Internet (wie z.B. HTML zur Seitenbeschreibung, Javascript zur Steuerung, H.264 als Videocodec etc.), die bereits heute auf vielen Handys und demnächst auch vermehrt von Fernsehgeräten unterstützt werden. Daneben bietet Phoenix auch auf absehbare Zeit Telemedien-Dienste auf der Basis der klassischen Fernsehtechnik an, z.B. den Fernsehtext.

Geeignete Inhalte können nicht nur als gestaltete Website, sondern auch als technischer Datenstrom (z.B. als „RSS-Feed“) angeboten werden. Dies ist eine Basistechnik des Web 2.0, auf deren Grundlage sich die Nutzer einige ausgewählte Phoenix-Inhalte auf den eigenen Websites zum Abruf bereitstellen können.

Nicht zuletzt sind die Phoenix-Online-Angebote weitgehend barrierearm. Grundlage hierfür bilden die Empfehlungen des W3C, die im Rahmen der Web Content Accessibility Guidelines 1.0 aufgeführt sind. Die barrierefreie Gestaltung – vor allem die Abrufbarkeit auf unterschiedlichen Wegen - erschließt den Inhalt der Website einer möglichst großen Zielgruppe, zu der unter anderem auch Menschen mit Einschränkungen gehören. So sind die Phoenix-Onlineangebote z.B. durch Textbrowser und Screenreader zugänglich. Sie sind allein mit der Tastatur – ohne Maus – navigierbar. Die Inhalte sind gut lesbar auch bei geringer Bildschirmauflösung, die Schriftgrößen können von den Nutzern variabel gewählt werden, die Hintergründe und Schriftfarben sind browserseitig weitgehend frei einstellbar. Tabellen sind so gestaltet, dass sie auch von Menschen mit Behinderungen gelesen werden können.

Die Barrierearmut/-freiheit der Phoenix-Onlineangebote wird entsprechend den technischen und finanziellen Möglichkeiten ständig weiterentwickelt.

## **V. Zuschauerbindung/Marketing**

Das PHOENIX-Programm kann wegen der mehrwöchigen Vorlaufzeit der Programmzeitschriften und der aktuellen Programmplanung nur unzureichend in den Fernsehzeitschriften beworben werden. PHOENIX benötigt deshalb im Internet gesteigerte Aktivitäten zur Programmankündigung. Dazu werden neben den klassischen Programmübersichten auch Tools benutzt, die das Programm sekundär ankündigen. Dazu gehören verschiedene Applikationen, die nicht durchgängig eingesetzt, sondern nur programmbezogen online geschaltet werden (beispielsweise bei besonderen Themenschwerpunkten, Programmschwerpunkten, Doku-Reihen, Sonderprogrammen etc.):

- Bildschirmschoner mit Bildern, Überschriften, Kurztexten und Links.
- Newsletter mit Videotrailern, Bildern, Überschriften, Kurztexten und Links
- Desktop-Telegramme und Banner mit Bildern, Überschriften, Kurztexten und Links und Download-Angebote auch für mobile Endgeräte
- Podcast als Download-Angebot von Bewegtbildern
- WAP- und PDA-Angebote mit Texten, Bildern und Videos für mobile Endgeräte
- RSS-Feeds zur komprimierten Darstellung der Phoenix-Internetangebote in so genannten FeedReader-Programmen und auf Nutzer eigenen Websites
- Sidebars oder Widgets für die Einbindung aktueller Informationen
- Browser Klingeltöne und E-Cards zu Programmformaten
- Marketingaktionen wie die Veröffentlichung von Autogrammadressen

## **VI. Finanzieller Aufwand für das Onlineangebot von Phoenix**

Der finanzielle Aufwand für das Onlineangebot von Phoenix beträgt im Jahre 2009 0,97 Mio. €. 2010 wird mit einem Aufwand von 0,98 Mio. € gerechnet. In der Folge ist mit leicht steigendem Aufwand aufgrund allgemeiner Preis- und Tarifsteigerungen sowie der Weiterentwicklung des Angebots zu rechnen. Für die Jahre 2009 bis 2012 wird mit durchschnittlich 1,02 Mio. € p.a. gerechnet. Diese Beträge umfassen alle Aufwendungen, die dem Onlineangebot von Phoenix verursachungsgerecht zugeordnet werden können. Dabei handelt es sich um eine vollständige Erfassung der im Zusammenhang mit diesem Telemedienangebot anfallenden Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten.

Die Telemedienkosten werden gemäß einer von den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und dem Deutschlandradio erarbeiteten sowie mit der KEF besprochenen Methodik erhoben. Damit ist eine Vergleichbarkeit der Kostendarstellung gewährleistet. Es werden in den Telemedienkosten auch anteilige Kosten im Bereich der Redaktionen, in der IT und in der Programmverbreitung berücksichtigt, wobei zum Teil sachgerechte Schätzungen vorgenommen werden. Mit dieser differenzierten Kostenerhebung ist eine Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF gewährleistet. Zur Vermeidung von Missverständnissen bei der Einordnung der Beträge ist allerdings ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass es sich hierbei um eine *neue*, gegenüber dem letzten KEF-Bericht deutlich erweiterte Systematik handelt und daher die Beträge *nicht* mehr mit den bisherigen Zahlen im KEF-Bericht *vergleichbar* sind.

Für die Finanzierung des Telemedienangebots werden in der laufenden Gebührenperiode keine zusätzlichen Gebührengelder bereitgestellt. Es entsteht also kein zusätzlicher Finanzbedarf. Darüber hinaus haben sich ARD und ZDF verpflichtet, auch in der kommenden Gebührenperiode keine gesonderten Projektmittel, die über die übliche Bestandsfortschreibung hinausgehen, anzumelden.

## **VII. Publizistischer Wettbewerb und marktliche Auswirkungen**

Das Angebot Phoenix.de ist, bedingt durch seine enge Ausrichtung auf das Phoenix-Fernsehprogramm, ohne wesentlichen unmittelbaren publizistischen Wettbewerb. Soweit es teilweise thematische Überschneidungen mit anderen Angeboten gibt, sind diese nicht so bedeutend, dass eine Austauschbarkeit aus Sicht der Nutzer gegeben ist.

Die Onlineangebote von Phoenix spielen im publizistischen Wettbewerb in quantitativer Hinsicht nur eine kleine Rolle. Der Anteil der Visits des Angebotes Phoenix.de an den im Panel InfOnline ausgewiesenen rund 850 Onlineangeboten beträgt im Dezember 2008 **unter 0,1** Prozent (307.285 Visits). Es dominieren mit großem Abstand Spiegel Online (89,7 Mio. Visits) und bild.de (69,1 Mio. Visits). Angesichts dieser Verhältnisse hat das Onlineangebot von Phoenix keine relevanten Auswirkungen auf die Akzeptanz und die Werbeeinnahmen anderer Onlineanbieter.

Von dem bedeutsamen Beitrag von Phoenix zum publizistischen Wettbewerb sind die Auswirkungen auf die betroffenen Märkte zu unterscheiden. Hierbei ist von entscheidender Bedeutung, dass die Phoenix.de keine Werbung und kein Sponsoring enthält. Damit findet ein Wettbewerb auf diesen Märkten nicht statt. Phoenix.de verfügt über keine so überragende zahlenmäßige Nutzerakzeptanz, dass es die tatsächlichen und

möglichen Erlöse kommerzieller Internet-Plattformen verschlechtert. Im Interesse der Nutzer trägt Phoenix.de dagegen spürbar zu einem Wettbewerb um qualitativ hochwertige Angebote bei. Dadurch wird das im Internet aufgrund der Werbefinanzierung und der Ausrichtung der Angebote auf möglichst hohe Abrufzahlen bedingte Marktversagen teilweise ausgeglichen. ARD und ZDF gehen zudem davon aus, dass das Phoenix-Onlineangebot keine wesentlichen Auswirkungen auf vorgelagerte Beschaffungsmärkte oder auf mögliche nachgelagerte Märkte hat.

ARD und ZDF behalten sich vor, auf Grundlage der Stellungnahmen Dritter und dem obligatorischen Gutachten gemäß § 11f Abs. 4 Rundfunkstaatsvertrag weitere Ausführungen zu Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote sowie zu den marktlichen Auswirkungen zu machen.

## **D. Konzept für Phoenix-Text**

### ***I. Phoenix-Text***

Phoenix-Text ist ein Begleitmedium des Fernsehens und nutzt die Austastlücke des Fernsehsignals zur technischen Verbreitung. Der Fernsehtext bietet aktuelle Nachrichten in einer kurzen und übersichtlichen Form und ermöglicht so einen schnellen Überblick über die aktuelle weltpolitische Lage. Phoenix-Text übernimmt dabei die Nachrichten und Börsendaten komplett aus den Fernsehtextangeboten des ZDF oder der ARD. Speziell für Phoenix-Text hergestellte Inhalte sind die Programmübersichten über das PHOENIX Fernsehprogramm sowie die Informationen über einzelne Sendungen und das Phoenix-Fernsehprogramm selbst.

Durch eine hohe technische Verbreitung (modernere TV-Geräte können den Fernsehtext standardmäßig empfangen und sind flächendeckend in fast jedem Haushalt vorhanden) erreicht Phoenix-Text einen großen Nutzerkreis. Phoenix-Text wird von Zuschauern aller Altersgruppen und sozialen Schichten genutzt und ist zu jedem Zeitpunkt abrufbar.

### ***II. Negativliste***

Entsprechend den gesetzlichen Vorhaben sind die nachstehend aufgeführten Telemedien und Angebotselemente nicht im Fernsehtextangeboten von Phoenix enthalten:

1. Anzeigenportale, Anzeigen oder Kleinanzeigen,

2. Branchenregister und -verzeichnisse,
3. Preisvergleichsportale sowie Berechnungsprogramme (z.B. Preisrechner, Versicherungsrechner),
4. Bewertungsportale für Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkte,
5. Partner-, Kontakt-, Stellen-, Tauschbörsen,
6. Ratgeberportale ohne Sendungsbezug,
7. Business-Networks,
8. Telekommunikationsdienstleistungen im Sinne von § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes,
9. Wetten im Sinne von § 762 des Bürgerlichen Gesetzbuches,
10. Softwareangebote, soweit nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich,
11. Routenplaner,
12. Verlinkungen ohne redaktionelle Prüfung; Verlinkungen sollen ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung eines Eigeninhalts (auch von Beteiligungsunternehmen) dienen und nicht unmittelbar zu Kaufaufforderungen führen,
13. Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen,
14. Spieleangebote ohne Sendungsbezug,
15. Fotodownload ohne Sendungsbezug,
16. Veranstaltungskalender (sendungsbezogene Hinweise auf Veranstaltungen sind zulässig),
17. Foren, Chats ohne Sendungsbezug und redaktionelle Begleitung; Foren, Chats unter Programm- oder Sendermarken sind zulässig. Foren und Chats dürfen nicht inhaltlich auf Angebote ausgerichtet sein, die nach den Nummern 1 bis 16 unzulässig sind.

Gemäß den gesetzlichen Bestimmungen finden Werbung und Sponsoring im Fernseh-textangebot von Phoenix nicht statt. Eine flächendeckende lokale Berichterstattung erfolgt nicht.

### **III. Verweildauer**

Durch die technisch begrenzte Seitenzahl des Fernseh-textangebotes werden nur wenige Inhalte wie beispielsweise Informationen über ARD und ZDF und das Phoenix-Programm, Basisinformationen zu Sendungen, zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk

selbst, zu seinen Rechtsgrundlagen oder zur Technik und zu der Empfangbarkeit der Angebote längere Zeit vorgehalten. Alle übrigen Inhalte werden, bedingt durch den technischen Rahmen des Fernsehtextes, fortlaufend ausgetauscht oder aktualisiert. Abgesehen von den vorstehend genannten spezifischen Inhalten werden keine Inhalte zeitlich unbegrenzt im Sinne des § 11d Abs. 2 Ziff. 4 Rundfunkstaatsvertrag gesendet.

#### ***IV. Finanzieller Aufwand für den Fernsehtext von Phoenix***

Der finanzielle Aufwand für den Fernsehtext von Phoenix beträgt im Jahre 2009 0,32 Mio. €. 2010 wird mit einem Aufwand von 0,33 Mio. € gerechnet. In der Folge ist mit leicht steigendem Aufwand aufgrund allgemeiner Preis- und Tarifsteigerungen sowie der Weiterentwicklung des Angebots zu rechnen. Für die Jahre 2009 bis 2012 wird mit durchschnittlich 0,33 Mio. € p.a. gerechnet. Diese Beträge umfassen alle Aufwendungen, die dem Fernsehtextangebot verursachungsgerecht zugeordnet werden können. Dabei handelt es sich um eine vollständige Erfassung der im Zusammenhang mit diesem Telemedienangebot anfallenden Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten.

Die Telemedienkosten werden gemäß einer von den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und dem Deutschlandradio erarbeiteten sowie mit der KEF besprochenen Methodik erhoben. Damit ist eine Vergleichbarkeit der Kostendarstellung gewährleistet. Es werden in den Telemedienkosten auch anteilige Kosten im Bereich der Redaktionen, in der IT und in der Programmverbreitung berücksichtigt, wobei zum Teil sachgerechte Schätzungen vorgenommen werden. Mit dieser differenzierten Kostenerhebung ist eine Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF gewährleistet. Zur Vermeidung von Missverständnissen bei der Einordnung der Beträge ist allerdings ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass es sich hierbei um eine *neue*, gegenüber dem letzten KEF-Bericht deutlich erweiterte Systematik handelt und daher die Beträge *nicht* mehr mit den bisherigen Zahlen im KEF-Bericht *vergleichbar* sind.

Für die Finanzierung des Telemedienangebots werden in der laufenden Gebührenperiode keine zusätzlichen Gebührengelder bereitgestellt. Es entsteht also kein zusätzlicher Finanzbedarf. Darüber hinaus haben sich ARD und ZDF verpflichtet, auch in der kommenden Gebührenperiode keine gesonderten Projektmittel, die über die übliche Bestandsfortschreibung hinausgehen, anzumelden.

## **V. Publizistischer Wettbewerb und marktliche Auswirkungen**

Phoenix-Text steht im publizistischen Wettbewerb mit den Fernsectextangeboten der kommerziellen Vollprogramme sowie der kommerziellen Nachrichtensender. Er unterscheidet sich von den Fernsectextangeboten der Vollprogramme durch einen deutlich höheren Informationsanteil sowie von allen übrigen privaten Fernsectextangeboten dadurch, dass er frei von Werbung- und Sponsoring ist. Ferner enthält – neben Phoenix Online - nur Phoenix-Text ergänzende und vertiefende Informationen über Phoenix-Programme. Diese sind für den Fernsehzuschauer von Phoenix – bedingt durch den hohen Grad an Aktualität und die damit verbundene schlechte Ankündigungsmöglichkeiten in den gängigen Fernsehzeitschriften (6-Wochen-Vorlauf) - von elementarer Bedeutung zur tagesaktuellen Information über das eigene Programm.

Der Zuschaueranteil des Phoenix-Fernsectextangebotes sowie der übrigen Fernsectextangebote stellte sich für das Jahr 2008 wie folgt dar:

### Marktanteilsübersicht 2008 (Zuschauer ab 3 Jahren, 03:00-03:00 Uhr):

ZDF	12,9 %
ARD	15,3 %
RTL	15,0 %
SAT.1	10,1 %
PRO 7	3,8 %
N-TV	4,6 %
3sat	1,1 %
Phoenix	0,5 %
ARTE	0,5 %
KIKA	0,2 %
Rest	36,1 %

Mit Blick auf die möglichen marktlichen Auswirkungen des Phoenix-Fernsectextangebotes ist von entscheidender Bedeutung, dass es keine Werbung und kein Sponsoring enthält. Damit findet ein Wettbewerb auf den entsprechenden Märkten nicht statt. Nach Kenntnis von ARD und ZDF gibt es für den Fernsectext keine spezifischen, relevanten Beschaffungsmärkte. Aus diesem Grunde ist davon auszugehen, dass sich das Phoenix-Fernsectextangebot nicht spürbar auf kommerzielle Anbieter auswirkt.

ARD und ZDF behalten sich vor, auf Grundlage der Stellungnahmen Dritter und dem obligatorischen Gutachten gemäß § 11f Abs. 4 Rundfunkstaatsvertrag weitere Ausführungen zu Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote sowie zu den marktlichen Auswirkungen zu machen.

Handwritten signature of Markus Schächter in black ink.

Markus Schächter

Handwritten signature of Monika Piel in blue ink.

Monika Piel