

KEF-Symposion „Rundfunk online“

Zusammenfassung der Vorträge*

Kernthema des Symposions „Rundfunk online“ der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) waren Entwicklung und Perspektiven der Onlineaktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Fragen ihres Umfangs und ihrer Finanzierung. Weitere Aspekte waren die technischen Entwicklungen sowie Rundfunk online aus der Sicht kommerzieller Anbieter. Im folgenden werden die Inhalte der einzelnen Vorträge chronologisch wiedergegeben.

**Rainer Conrad
Rundfunk online**

Ein Symposion der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten.
MP 3/2002, S. 114

Eöffnet wurde das Symposion „Rundfunk online“ mit einer Problemskizzierung aus Sicht der KEF durch ihren Vorsitzenden Rainer Conrad. Die schnelle Entwicklung von Online hat den (angemeldeten) Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten innerhalb weniger Jahre stark erhöht. Online ist keinesfalls ein Medium, über das Abfallprodukte der Programmarbeit einfach nur neu transportiert werden können, die Inhalte bedürfen vielmehr der (personalintensiven) Aufbereitung, ergänzender Recherchen und der Herstellung von Querbezügen. Aber welcher Aufwand ist mit Blick auf den Gebührenzahler vertretbar?

Die staatsvertragliche Formulierung, öffentlich-rechtliche Onlineangebote sollten „vorwiegend programmbezogen“ sein, erweist sich nach Ansicht der KEF zur Definition des Umfangs öffentlich-rechtlicher Onlineaktivitäten als nicht ausreichend. Die KEF erwartet deshalb von den Öffentlich-rechtlichen ein klares Onlinekonzept.

**Jürgen Sewczyk
Online aus der Sicht eines kommerziellen**

Anbieters

Das Beispiel RTL
NEWMEDIA.
MP 3/2002;
S. 115-116

Jürgen Sewczyk, Direktor Technik bei RTL NEWMEDIA, das alle seine Onlineangebote im Netzwerk RTL World bündelt, beschrieb auf dem KEF-Symposion „Rundfunk online“ Erfolgsfaktoren und Umsetzung der Onlinestrategie des Unternehmens. Dazu gehört eine Multiplattform-Strategie, das heißt, unter dem Markennamen RTL werden attraktive Inhalte für alle drei Plattformen TV, Internet sowie Mobilkommunikation eingesetzt, zum Beispiel „Wer wird Millionär“ oder „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“. Investitionen in neue Märkte wie interaktives Fernsehen und UMTS sind jedoch mit großer Umsicht vorzunehmen. RTL World ist ein Portal, in dem es alles gibt: Entertainment, Service, News, Wetter, Shopping, E-Mail, Chatrooms, Programmbegleitung und Bewegtbildangebote.

Die künftige Entwicklung Richtung Broadband-PC mit voller Bewegtbildtauglichkeit bringt steigende Kosten für die Anbieter mit sich. Streaming kann wegen der hohen Kosten auf Dauer nicht un-

entgeltlich bleiben. Im Vergleich zum Fernsehen stehen im Internet geringeren Einnahmen höhere Infrastruktur- und Betriebskosten gegenüber. Nach Ansicht Sewczyks ist es deshalb eine wichtige Rolle der KEF, die Finanzierung der Internetauftritte von ARD und ZDF in die richtigen Bahnen zu weisen und kein wettbewerbswidriges Szenario entstehen zu lassen.

Die ARD kommt im Netz ihrem klassischen Auftrag nach, nämlich zu informieren, zu bilden und zu unterhalten, so Fritz Raff, Intendant des Saarländischen Rundfunks, auf dem KEF-Symposion „Rundfunk online“. ARD Online ist ein Abbild der Programme und Struktur der ARD. Die Internetauftritte stärken die Senderbindung und sind notwendig, um auf veränderte Mediennutzungsmuster vor allem der Jüngeren zu reagieren. Die Onlineangebote schaffen darüber hinaus einen echten Mehrwert für den Nutzer, machen flüchtige Inhalte aus Hörfunk und Fernsehen für die zeitsouveräne Nutzung verfügbar. Der föderale Aufbau der Onlineangebote gewährleistet einen engen Programmbezug, die Angebote der einzelnen Landesrundfunkanstalten werden mit gemeinschaftlich finanzierten Angeboten vernetzt (Beispiel tageschau.de). Am deutlichsten wird das föderale Prinzip bei ARD.de, die als Dachdomain die Angebote der Landesrundfunkanstalten thematisch erschließt. Im RadioNet werden hier alle gestreamten Hörfunkwellen gebündelt, programmbegleitende Radioinhalte auf speziellen Radioseiten zusammengeführt.

Dieses vernetzte Angebot findet Akzeptanz: Im Februar 2002 rangierte ARD.de auf Rang 13 der meistgenutzten Internet-Properties. Die von der KEF angestoßene Diskussion über die Definition des Umfangs ihrer Onlineangebote nimmt die ARD, wie Raff deutlich machte, sehr ernst. Ein Ausblenden bestimmter Inhalte oder eine Begrenzung auf eine bestimmte Seitenzahl ist vor dem Hintergrund des Auftrags, Programmbegleitung und Programmbezug zu schaffen, jedoch nicht vorstellbar.

Forschungsergebnisse zur Entwicklung des Internets in Deutschland stellte Christa-Maria Ridder, Redaktionsleiterin Media Perspektiven, auf dem KEF-Symposion „Rundfunk online“ vor. Gestützt vor allem auf die breit angelegten Repräsentativuntersuchungen, die die ARD (1997) bzw. ARD/ZDF (seit 1998) jährlich durchführen, ergeben sich folgende Befunde: Das Internet hat inzwischen den Charakter eines Massenmediums – 2001 waren der letzten ARD/ZDF-Online-Studie zufolge 39 Prozent der ab 14-Jährigen online, gut drei Viertel von ihnen können von zu Hause aus ins Netz gehen. Diese Entwicklung schlägt sich auch in den Einstellungen zum Internet nieder. Es wird ganz selbstverständlich von Anbietern aller Couleur erwartet, dass sie mit einer Website präsent sind.

Die Internetnutzung steigt, und sie scheint sich nach den bisherigen Erkenntnissen zum bestehenden Zeitbudget für die klassischen elektronischen Medien hinzu zu addieren. Wichtigste Anschlussgründe sind Information und Kommunikation. Bei

**Fritz Raff
Online heute aus der Sicht der ARD**

Die Strategie der ARD.
MP 3/2002,
S. 117-120

**Christa-Maria Ridder
Onlinenutzung in**

Deutschland
Entwicklungstrends und Zukunftsprognosen.
MP 3/2002,
S. 121-131

* Das Symposion fand am 7. März 2002 beim Zweiten Deutschen Fernsehen in Mainz statt.

den ganz jungen Onlinern zeigen sich davon abweichende Nutzungsmuster und Prioritätensetzungen. Dies deutet auf einen beginnenden Einfluss des Internets auf die Mediensozialisation hin.

Absolut selbstverständlich wird von allen Nutzern erwartet, dass die klassischen Medienanbieter Hörfunk, Fernsehen und Presse im Internet präsent sind. Dies gilt besonders für die jungen Onliner: Präsenz im Netz ist somit essentiell für die Zukunftsfähigkeit der Medienanbieter. Es gibt einen Image- und Erwartungstransfer bei den klassischen Medienanbietern. Für die öffentlich-rechtlichen Sender bedeutet dies entsprechende Ansprüche an ein informationsorientiertes Angebot, bei den Privaten haben Unterhaltungskompetenzen größere Bedeutung. Von den Websites der Rundfunkanbieter wird echter Zusatznutzen durch Vertiefung, Kontextbezug und Interaktivität erwartet.

Ulrich Reimers

Online: Was ist technisch möglich?

Online privat für die Übertragung von Audio und Video.

MP 3/2002,

S. 132-134

Bei der Diskussion über die Bedeutung von Online für den Rundfunk werden häufig technisch bedingte Einschränkungen nicht genügend berücksichtigt. Im Kontrast zu vielen wohlklingenden Ankündigungen im Hinblick auf den Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen über das Internet ist die Alltagserfahrung vor allem der privaten Nutzer bislang häufig eher von Frustration über zu langsame und überlastete Onlinezugänge geprägt. Ulrich Reimers, Professor an der TU Braunschweig und Mitglied der KEF, stellte auf dem KEF-Symposium „Rundfunk online“ die gegenwärtigen technischen Bedingungen der Übertragung von Audio- und Videoprogrammen über Online und Prognosen über die realistischerweise zu erwartende Entwicklung bis zum Jahr 2005 vor. Im Mittelpunkt stehen dabei die heute am weitesten verbreiteten Zugangstechniken ISDN und xDSL, aber auch Kabelmodems werden angesprochen.

Das Ergebnis ist für den Audiobereich eindeutig: Bereits heute sind qualitativ hochwertige Live-Übertragungen von Musik und anderen Tonsignalen im Internet Realität. Mobilempfang, z.B. im Auto, ist damit allerdings nicht möglich. Video, das heißt vor allem Fernsehen, benötigt für eine akzeptable Bildqualität deutlich höhere Datenraten bei der Übertragung, die auf absehbare Zeit von den für Privatkunden zugänglichen Netzen noch nicht bereitgestellt werden können. Allenfalls für das zeitversetzte Anschauen beispielsweise von Spielfilmen sowie für die Übertragung speziell komprimierter Videoclips oder Trailer ist die Leistung der vorhandenen Netze ausreichend. Als Fazit hält Reimers fest, dass Netze für Onlinedienste bis 2005 die Rundfunknetze definitiv nicht werden ersetzen können.

Helmut Reitze

Online morgen aus der Sicht des ZDF

Die Onlinestrategie des ZDF

MP 3/2002,

S. 135-139

Inhalte, nicht Transportwege sind nach Ansicht von Helmut Reitze, stellvertretender Chefredakteur des ZDF, auch in der digitalen Medienwelt entscheidend, und ihre Mehrfachverwertung oberstes Gebot der Zukunft. Die besten Chancen haben jene, so Reitze auf dem KEF-Symposium „Rundfunk online“, die attraktive Inhalte mit einer bekannten Marke, die dem Nutzer Orientierung bietet, verbinden können. Für das ZDF heißt das, Fernsehpro-

gramm und Begleitung allen Nutzern auf allen Endgeräten anzubieten. Um im Medienmarkt der Zukunft ihren Auftrag erfüllen zu können, müssen öffentlich-rechtliche Anbieter dort eine wichtige Rolle spielen, keine marginale. Ein angemessenes Angebot im Internet ist somit ein integraler Teil des Funktionsauftrags.

Der Staatsvertrag beschränkt den Onlineauftrag des ZDF auf vorwiegend programmbezogene Inhalte. Die Programmrichtlinien des ZDF-Fernsehrahmens ziehen enge Grenzen, und schließlich erlaubt auch die Haushaltslage des ZDF kein Ausufern der Onlinebetätigung. Eine über diese Limitierungen hinausgehende weitere Begrenzung des ZDF im Onlinebereich ist weder publizistisch noch wirtschaftlich vertretbar.

Programmbezogene Onlineangebote sind auch deshalb wichtig, um jüngere Nutzergruppen wieder oder neu zu binden. Auch dienen öffentlich-rechtliche Onlineangebote der Vielfaltsicherung, indem sie ein Gegengewicht bilden zu einer sich abzeichnenden Oligopolisierung der Internetportale, bei der wenige Angebote einen Großteil der Nutzer binden, unabhängig von der inhaltlichen Breite und Tiefe der Portale. Angesichts der sich künftig verstärkenden Tendenz, Onlineinhalte gegen Entgelt anzubieten, dienen öffentlich-rechtliche Webangebote überdies der kommunikativen Chancengleichheit.

Reitze weist darauf hin, dass die Pauschalkürzung des angemeldeten ZDF-Finanzbedarfs durch die KEF im ihrem 12. Bericht zu einer strukturellen Unterfinanzierung des Onlinebereichs geführt habe. Das ZDF benötige mehr Geld für Online. Eine Möglichkeit sei die Schaffung erleichterter Kooperationsmöglichkeiten mit Dritten. Das Medienrecht sollte solche Möglichkeiten leichter und rechtssicher machen.

Eric Heitzer, Director Regulatory Affairs beim Kabelnetzbetreiber ish, stellte auf dem KEF-Symposium „Rundfunk online“ die Investitionen und Pläne des in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen tätigen Unternehmens beim Breitbandkabel vor. Die größten Potenziale sieht ish im Telekommunikationsbereich. Ish errichtet ein erstes kommerzielles internetbasiertes Back-bone-Netzwerk, an das Ende 2004 in Nordrhein-Westfalen 4,2 Millionen Haushalte anschließbar sein sollen. Das 450-MHz-Kabelnetz soll auf 862 MHz aufgerüstet werden. Diese Technologie ermöglicht ein echtes „Triple Play“ von Broadcasting, Telefonie und High-Speed-Internet.

Zu den ish-Angeboten im Breitbandkabelnetz zählen entgelt- und werbefinanzierte (Sparten-)Fernsehkanäle, Internet und Telefonie. Ende 2002 soll interaktives Fernsehen gestartet werden. Zwei Portale, ein Internetportal und ein Fernsehportal, sind im Angebot. Da die Inhalte ein entscheidendes Erfolgskriterium sind, werden Kooperationsvereinbarungen mit Anbietern attraktiver Inhalte auf breiter Front angestrebt.

Eric Heitzer

Vision Breitbandkabel

Welche Erwartungen sind damit verbunden?

MP 3/2002,

S. 140-143

Klaus Rüter
**Medienrechtliche und
-politische Aspekte von
Rundfunk online**
Eine Stellungnahme
aus Ländersicht.
MP 3/2002,
S. 144-147

Über Auftrag, Bedeutung und Grenzen öffentlich-rechtlicher Onlineangebote aus Ländersicht referierte Klaus Rüter, Chef der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz, auf dem KEF-Symposium „Rundfunk online“. Unstrittig ist, dass Onlineauftritte heute für alle Rundfunkanbieter unverzichtbar sind und deshalb auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Internet präsent sein muss. Bei diesen Angeboten ist auch Unterhaltung notwendig, um die Nutzer zu erreichen, ebenso unverzichtbar sind zielgruppenorientierte Angebote zum Beispiel für junge Menschen. Aber nicht alles, was denkbar und technisch machbar ist, sollte umgesetzt werden, denn trotz der zusätzlichen Kosten für Online müssen die Rundfunkgebühren sozialverträglich bleiben.

Damit ergeben sich aus Sicht der Länder drei Handlungsvarianten: 1. Die Einengung der gesetzlichen bzw. staatsvertraglichen Ermächtigungsformen durch spezifischere Kriterien. Hier zeigt allerdings bereits die derzeitige Eingrenzung auf „vorwiegend programmbegleitende und -ergänzende Angebote“ die Schwierigkeit solcher Definitionen. 2. Die Ausweisung eines Finanzierungsrahmens für Onlineaktivitäten (Deckelung). Diese Option steht allerdings diametral zur bisherigen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, wonach die Programmautonomie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht im Wege einer finanziellen Deckelung eingeschränkt werden darf. 3. Die nachkontrollierbare Selbstverpflichtung der Anstalten mit Vorlage von Konzeptionen für die zukünftige Gestaltung der Onlineaktivitäten. Eine solche Selbstverpflichtung ist nach Ansicht Rüters sowohl mit der Programmautonomie als auch mit der Verfassungsgerichtsrechtsprechung vereinbar und als Lösung zu favorisieren.

