

Stellungnahme zum ZDF Telemedienänderungskonzept im Rahmen des Dreistufentests des ZDF Fernsehrates

Sehr geehrte Damen und Herren,

gern macht die Mediengruppe RTL Deutschland (MG RTL D) von der Möglichkeit zur Stellungnahme Gebrauch und kommentiert das vorliegende Telemedienänderungskonzept des ZDF.

Wir bekennen uns als Mediengruppe, die mit ihren starken Sendermarken monatlich 65 Mio. Zuschauer linear und mit ihren Digitalangeboten rund 35 Mio. Nutzer erreicht, ausdrücklich zu einem starken dualen Mediensystem. Das setzt aber voraus, dass die Bedingungen im System austariert und Wettbewerbseingriffe durch beitragsfinanzierte Angebote begrenzt bleiben. Daher halten wir das „Balancing“ im Rahmen des Drei-Stufen-Tests für einen elementaren Bestandteil, auch in privaten Medien Vielfalt zu erhalten.

Das vorliegende Telemedienänderungskonzept enthält jedoch Punkte, die diesem Grundsatz zuwiderlaufen. Diese werden durch die Stellungnahme unseres Interessenverbandes, VAUNET, umfassend dargelegt, so dass sich die MG RTL D nachfolgend auf den für uns besonders wichtigen **Aspekt der Platzierung auf Drittplattformen** beschränkt (siehe III des Telemedienänderungskonzepts, dort S. 34-38). Denn ein stärkeres Engagement des ZDF auf Drittplattformen bedeutet gleichzeitig eine beitragsfinanzierte Unterstützung der Wettbewerber privater Medien im dualen System. Dies betrifft folgende Bereiche:

1. Erwartungshaltung der Zielgruppen

§ 11 d Abs. 4 S. 2 RStV sieht vor: „Soweit dies zur Erreichung der Zielgruppe aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist, können sie Telemedien auch außerhalb des dafür jeweils eingerichteten eigenen Portals anbieten“. Mit dieser Formulierung hat der Gesetzgeber klargestellt, dass das Anbieten von Inhalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf sog. Drittplattformen wie Facebook, Youtube, Instagram oder Twitter **nur dann (ausnahmsweise) zulässig** ist, **wenn** eine Erreichung von Zielgruppen auf den eigenen Plattformen, d.h. z.B. über die Mediathek des ZDF **nicht möglich** ist. Das vorliegende Telemedienänderungskonzept lässt diesbezüglich eine Quantifizierung vermissen. Die bisherige Herangehensweise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks war eher dadurch geprägt, dass ein Ausspielen von Inhalten auf Drittplattformen dazu diente, junge Zielgruppen auf die Inhalte aufmerksam zu machen, sie dann aber in die öffentlich-rechtliche Mediathek **zurückzuführen**. Aus Sicht der MG RTL D ist nicht nachvollziehbar, warum hiervon in Zukunft abgewichen werden soll.

Die im Telemedienänderungskonzept aufgeführten Argumente greifen nach Ansicht der MG RTL D nicht. Ob Nutzerinnen und Nutzer von Drittplattformen von eben diesen erwarten, ein umfassendes und zielgruppengerecht formatiertes audiovisuelles Angebot zu erhalten, kann nicht ausschlaggebend dafür sein, was der öffentlich-rechtliche Rundfunk zu leisten hat, um seinen Auftrag zu erfüllen. Vielmehr ist entscheidend, ob das ZDF mit seinen eigenen Angeboten alle Zielgruppen erreichen kann. Ein Bewerben und „Anteasern“ der eigenen Inhalte über Drittplattformen ist sicher hilfreich, um auch junge Zielgruppen auf die Inhalte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aufmerksam zu machen. Die eigentliche Nutzung der Inhalte sollte dann allerdings in den öffentlich-rechtlichen Mediatheken und Apps stattfinden.

Zu bedenken ist hier, dass anderenfalls die Erwartungshaltung bei den Nutzerinnen und Nutzern aufgebaut wird, auf Drittplattformen stets sämtliche Arten von audiovisuellen Inhalten (umsonst) abrufen zu können. Dies zu einer Zeit, in der private Medien wie Verlage und Sender aufgrund des Refinanzierungsbedürfnisses versuchen, die Verbreitung ihrer Inhalte mit Drittplattformen zu verhandeln. **Eine Stärkung der internationalen Player** durch audiovisuelle Inhalte, die von öffentlich-rechtlichen und privaten Medien aufwendig produziert und finanziert wurden, **kann nicht im Sinne des dualen Mediensystems in Deutschland sein**. Dieser weitreichenden Konsequenz ist durch ein behutsames Vorgehen beim Anbieten von Inhalten des ZDF auf Drittplattformen Rechnung zu tragen.

Die Erläuterung im Telemedienänderungskonzept, dass niemand eine Drittplattform besuchen *muss*, um alle wesentlichen Inhalte des ZDF abzurufen (dort S. 35 unten) geht aus Sicht der MG RTL D an der gesetzlichen Regelung, dass ein Abrufen auf Drittplattformen nur dann möglich sein soll, wenn es aus journalistisch-redaktionellen Gründen geboten ist, vorbei. Es soll gerade nicht die Regel, sondern die Ausnahme sein, dass öffentlich-rechtliche audiovisuelle Inhalte auf Drittplattformen stattfinden. Nur wenn es sich mangels Alternativen gebietet, ist von dieser Möglichkeit Gebrauch zu machen. Aus dieser gesetzlichen Formulierung ergibt sich eine Verpflichtung zum restriktiven Gebrauch.

2. Besondere Sensibilität der Kinderprogramme

Die im Telemedienänderungskonzept ausgeführten Beweggründe für das Vorhaben, zukünftig auch im Bereich der Kinderprogramme stärker von der Ausspielungsmöglichkeit auf Drittplattformen Gebrauch zu machen, tragen aus unserer Sicht nicht. Gerade im sensiblen Bereich der Kinderprogramme ist für Eltern (und ihre Kinder) der **Absender von Programmen besonders wichtig**. Hieraus erwächst bei einer Verbreitung z.B. über Drittplattformen mit nutzergeneriertem Content eine besondere Verantwortung. Die Erzählweise und Darstellung der Inhalte ist auf den internationalen Plattformen tendenziell anders gestaltet, nicht unbedingt auf Kinder in Deutschland ausgerichtet oder mit anderen Funktionen versehen (Autoplay etc.).

3. Besonderheiten des Jugendschutzes

Wie im Telemedienänderungskonzept selbst ausgeführt (S. 37), verfügen die internationalen Drittplattformen mitunter über andere Schutzkonzepte als dem hiesigen Jugendmedienschutz. Auch wenn das ZDF seine Inhalte mit höherer Altersfreigabe nur unter bestimmten Voraussetzungen verbreitet, die noch darzulegen wären, so löst dies nicht das **Problem**, dass die **Aufmerksamkeit der jungen** Nutzerinnen und Nutzer auf bestimmten Drittplattformen geweckt ist und dort auch **automatisiert auf andere Inhalte** wie z.B. nutzergenerierte oder nicht altersgerechte Inhalte gelenkt werden kann.

4. Werbeverbot bei Telemedien

§ 11 d Abs. 5 Ziff. 1 RStV enthält das Verbot von Werbung und Sponsoring in öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten. Wie im Telemedienänderungskonzept selbst ausgeführt (S. 38), lässt es sich im kommerziellen Umfeld der Drittplattformen nicht gänzlich vermeiden, dass Nutzerinnen und Nutzer mit Werbung konfrontiert werden. Darüber hinaus lässt sich nicht ausschließen, dass die international agierenden **Drittplattformen** eine Monetarisierung vornehmen und **Erlöse aus der Verbreitung der öffentlich-rechtlichen Programme erzielen**. Dies kann aus zweierlei Hinsicht nicht beabsichtigt sein: Zum einen ist es dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk somit erschwert, zugunsten von Kreativen weitere Vergütungsmöglichkeiten zu erschließen, durch die Investitionen in das inhaltliche Programm gestärkt würden. Zum anderen profitieren die Drittplattformen monetär von audiovisuellen Inhalten, an deren Finanzierung sie in keiner Weise beteiligt sind.

5. Fazit

Die Verbreitung von öffentlich-rechtlichen audiovisuellen Inhalten über Drittplattformen **sollte restriktiv gehandhabt werden** und nur unter engen Voraussetzungen erfolgen. Die **Auswirkungen auf beide Seiten des dualen Mediensystems sind zu beachten**.

Köln, den 25.10.2019

Mediengruppe RTL Deutschland