



Telemedienkonzept

gemäß Art. 7 Abs. 1 Satz 2 des
Zwölften Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge

Deutschlandradio

Körperschaft des Öffentlichen Rechts



Telemedienkonzept

gemäß Art. 7 Abs. 1 Satz 2 des
Zwölften Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge

<u>Inhaltsverzeichnis:</u>	Seite:
A. Vorwort	4
B. Angebotsbeschreibung	4
I. Überblick	4
II. Inhalt und Ausrichtung	6
1. Internetangebot	7
a) Sendungsbeiträge zum Nachhören und Nachlesen	8
aa) Sendungen von zeit- und kulturhistorischer sowie pädagogisch-didaktischer Relevanz, Dokumentationen des religiösen Lebens und Zeitzeugengespräche, Kompendien (Kategorie 1)	11
bb) Berichte und Dokumentationen aus Wissenschaft, Forschung und Lehre (Kategorie 2)	12
cc) Tagesaktuelle Beiträge, Presseschauen (Kategorie 3)	13
dd) Service und Beratung (Kategorie 4)	13
ee) Kulturformate (Kategorie 5)	13
b) Newsletter	14
c) Selbstdarstellung	15
2. Zusatzdienste	16
a) Teletext	16
b) UKW-RDS	17
c) DAB-Zusatzdienste (PAD, Programme Associated Data)	17

d)	DRM-Zusatzdienste	18
e)	Astra Digital Radio	19
f)	Digital Video Broadcast DVB-S	19
III.	Technische Verbreitung	19
IV.	Zielgruppe	20
V.	Verweildauer	22
1.	Bemessung der Verweildauer und Zuordnung der Beiträge	22
2.	Funktion und Gestaltung des Archivs	27
VI.	Zeitraum	28
C.	Beitrag zur Demokratie, zur Gesellschaft und zur Kultur	28
D.	Beitrag zum publizistischen Wettbewerb	31
E.	Finanzieller Aufwand	32

A. Vorwort

Der Rundfunkgesetzgeber hat das Deutschlandradio durch den Zwölften Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (12. RÄndStV) formal beauftragt, Telemedien anzubieten.

Das Deutschlandradio ist verpflichtet, seine bei Inkrafttreten des 12. RÄndStV bestehenden Telemedienangebote, sofern diese über den 31. Mai 2009 hinaus fortgeführt werden, in einem Telemedienkonzept darzulegen. Diese Verpflichtung folgt aus Art. 7 Abs. 1 Satz 2 des 12. RÄndStV. Die nachfolgenden Ausführungen dienen der Erfüllung dieser Verpflichtung.

Der durch Art. 1 des 12. RÄndStV geänderte Rundfunkstaatsvertrag (RStV) bestimmt in § 11d Abs. 1 und Abs. 2 Satz 1, in welcher Form und in welchem Umfang das Deutschlandradio über den 31. Mai 2009 hinaus Telemedien anbieten darf. Das nachfolgende Konzept entspricht den dort genannten Anforderungen.

B. Angebotsbeschreibung

I. Überblick

Das Deutschlandradio unterhält für seine beiden Hörfunkprogramme Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur im Rahmen des urheberrechtlich Zulässigen einen gemeinsamen werbefreien Internetauftritt unter dem URL dradio.de. Dieser Internetauftritt verfolgt das Ziel, die Inhalte der beiden Programme nach journalistischen Kriterien internetgerecht aufbereitet zu präsentieren. Er orientiert sich an den spezifischen Bedürfnissen der Hörer beider Programme.

Das Internetangebot enthält redaktionell veranlasste und gestaltete Inhalte der beiden linearen Hörfunkprogramme des Deutschlandradios, Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur, die für dradio.de, teilweise thematisch gebündelt oder an der Programmstruktur der linearen Programme orientiert, in eine internetgerechte Darstellungsform gebracht versehen werden. Das Angebot ist in Text- und Audiobereiche gegliedert; der Inhalt besteht in Radio zum Nachhören und Nachlesen. Das Angebot ermöglicht es Besuchern, die sich für die beiden Programme des Nationalen Hörfunks interessieren, sich über geplante Sendungen zu informieren und gesende-

te Beiträge unabhängig von Zeit (als Text oder Audio on Demand) und Ort (als Podcast) zu nutzen oder bereits Gehörtes aufzufrischen. Dazu werden die Beiträge sowohl anhand der Titel der Radiosendungen, anhand des Programmablaufs und durch eine thematische Zuordnung auffindbar gemacht. Um den Zugriff auf die Beiträge zu erleichtern, enthält das Angebot kurze begleitende Texte und Teaser, Überschriften, Bilder und Suchmasken. Darüber hinaus werden journalistische Inhalte speziell für das Internetangebot nur in Form solcher Texte produziert, die auf Programmschwerpunkte hinweisen oder Sendungsbeiträge zu einem herausragenden Thema bündeln. Dadurch erleichtern sie deren Auffindbarkeit. Zu einzelnen Inhalten werden außerdem Newsletter und RSS-Feeds angeboten, die per Überschrift, Vorspanntext und Links auf neu eingestellte Beiträge im Angebot von dradio.de aufmerksam machen.

Für die Inhalte zweier Sendungen des Programms Deutschlandradio Kultur, nämlich Breitband und Kakadu, steht jeweils eine eigene Domain (breitband-online.de, kakadu.de) zur Verfügung. Mit diesen Domains gelingt eine gezielte Ansprache der an den Inhalten dieser beiden Sendungen Interessierten: Die Sendung Breitband informiert über neue Medien und Internet; eine eigene Domain liegt aus Sicht der Nutzer nahe. Die Sendung Kakadu richtet sich an Kinder. Deren Begleitung im Internet verlangt einen direkten und altersgerechten Zugang. Inhaltlich allerdings teilen die Internetauftritte von Breitband und Kakadu das übergreifende Konzept des Deutschlandradios für den gesamten Internetauftritt. Beide Angebote verfügen außerdem über eine Funktion, über welche die Nutzer einzelne gesendete Beiträge kommentieren können. Dies geschieht unter redaktioneller Aufsicht, bei der die Kommentare von der Redaktion regelmäßig zur Kontrolle auf rechtswidrige Inhalte gegengelesen werden.

Im Übrigen verwendet Deutschlandradio nur sog. Subdomains zur Weiterleitung auf die Hauptseite dradio.de und auf spezielle sendungsbezogene Seiten im Angebot von dradio.de. Diese Domains verfügen über keinerlei eigenen Inhalt.

Über die Inhalte beider Programme hinaus informiert dradio.de unter der Rubrik „Wir über uns“ über die Körperschaft Deutschlandradio.

Radiotypische Zusatzinformationen verbreitet das Deutschlandradio über das terrestrische und satellitengestützte Programmsignal.

Das Deutschlandradio bietet ferner Informationen via Teletext an.

II. Inhalt und Ausrichtung

Das Deutschlandradio nutzt vor allem das Internet zur Verbreitung von Telemedienangeboten (s. u. 1.).

Das Internetangebot von dradio.de ist ein Vernetzungsangebot, das zwei Aufgaben erfüllt:

- Es gibt Auskunft über die Programm- und Organisationsstruktur, die Gremien, sowie die Geschichte der Körperschaft und ihrer Vorläufer
- und
- es schafft als journalistisches Begleitangebot den thematischen Zugang zu den Inhalten der beiden Hörfunkprogramme Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur.

Das über den Teletext sowie das terrestrische und satellitengestützte Rundfunksignal verbreitete Telemedienangebot enthält dagegen Zusatzinformationen zu den beiden Radioprogrammen (s. u. 2.).

Sämtliche Inhalte der Telemedien des Deutschlandradios sind, soweit sie nicht der reinen Selbstdarstellung dienen, journalistische Angebote. Sie sind journalistisch-redaktionell veranlasst und journalistisch-redaktionell gestaltet. Dies folgt bereits aus der redaktionellen Leistung der beiden Hörfunkprogramme, deren Sendungen unverändert in das Internetangebot übernommen werden. Auch die unterstützenden Informationen werden nach journalistischen Regeln erstellt. Damit entsprechen die Telemedien des Deutschlandradios der Vorgabe des § 11d Abs. 1 RStV.

Das Telemedienangebot des Deutschlandradios wahrt den in § 11d Abs. 2 Satz 1 RStV gesteckten Rahmen. Die Wiedergabe gesendeter Radiosendungen und –beiträge zum Nachhören (Audio on Demand) ist ein Angebot von Sendungen der beiden Hörfunkprogramme zum Abruf gemäß § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 oder – bei längerer Standzeit als sieben Tage nach der Ausstrahlung – § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 RStV. Das Angebot der Radiosendungen und –beiträge in verschrifteter Form ist ein auf eine konkrete Sendung bezogenes Telemedienangebot nach § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 oder – bei längerer Standzeit als sieben Tage nach der Ausstrahlung – aber-

mals § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 RStV. Entsprechendes gilt für das unter breitband-online.de bereitgehaltene Diskussionsforum. Auch die Angebote für Kinder und Jugendliche unter kakadu.de beziehen sich auf das gesendete Programm. Ausgewählte Beiträge bleiben über die Legitimation des § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 RStV auch nach Ablauf der jeweiligen Standzeiten als Teil eines Archivangebots dauerhaft abrufbar (zum Verweildauerkonzept s. u. V.). Die Programmhinweise, die im Internet, über Teletext oder über Zusatzdienste verfügbar sind, sind Vorankündigungen gem. § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 RStV.

Sowohl die Sendungen und Beiträge zum Nachhören als auch die verschrifteten Fassungen der Sendungen und Beiträge sind jeweils mit einem ausdrücklichen Hinweis auf die im Programm ausgestrahlte Sendung versehen. Es sind der Name der Sendung sowie der Tag der Ausstrahlung im Programm vermerkt. Dies trägt der Vorgabe des § 11d Abs. 3 RStV Rechnung, der verlangt, den zeitlichen und inhaltlichen Bezug zu einer bestimmten Sendung im jeweiligen Telemedienangebot auszuweisen. Das Internetangebot hält überdies eine Funktion bereit, mit deren Hilfe die Nutzer der Sendung den gewünschten Beitrag gezielt über den Titel auffinden können.

1. Internetangebot

Das Mediennutzungsverhalten hat sich im letzten Jahrzehnt deutlich verändert. Nutzer der klassischen Massenkommunikationsmittel erwarten heute von ihrem Medium wie selbstverständlich eine angemessene Präsenz im Internet. Diesem veränderten Nachfrageverhalten muss jedes Angebot, das sich behaupten will, gerecht werden. Eine Zeitung, ein Radio- oder Fernsehprogramm, das auf einen eigenen Internetauftritt verzichtete, ist heute vollkommen undenkbar.

Was für die Massenmedien ganz allgemein gilt, trifft in besonderer Weise für die Programme von Deutschlandradio zu. Aufgrund ihres umfangreichen Wortangebots auf den Feldern der Information, der Bildung und der Kultur sind sowohl Deutschlandfunk als auch Deutschlandradio Kultur Fundgruben des Wissens. Das Gehörte nacharbeiten zu können, ist ein Grundbedürfnis, welches das Publikum dieser Programme schon immer kennzeichnete.

In früherer Zeit äußerte sich dieses Grundbedürfnis in der Nachfrage nach Sendemanuskripten. Unter großer Mühwaltung und verbunden mit hohem Kostenaufwand expedierte der Sender

Manuskripte in erheblichem Umfang. Adressaten waren in vielen Fällen Schulen und andere Bildungseinrichtungen. Heute sind die meisten Sendungen im Internet verschriftet oder als Audiodateien abrufbar. Damit erspart das Internet den Redaktionen Aufwand; den Hörerinnen und Hörern beschert es einen früher unvorstellbaren Komfort.

Hinzu kommt, dass das Internet einen gewissermaßen eingeborenen Mangel des Mediums Hörfunk beseitigt. Das Radio ist ein lineares Medium. Jeder kennt das Frustrationserlebnis: Wer die Nachrichten zu spät einschaltet, hat das Wichtigste verpasst. Wer aus Zeitgründen nicht in der Lage war, die geschätzte Fachsendung zu hören, dem war sie verloren. Indem das Internet das zeitsouveräne Hören ermöglicht, neutralisiert es den „Geburtsmangel“ des linearen Mediums Radio. Anders ausgedrückt: Erst durch das Internet kann der Gebührenzahler das, wofür er bezahlt – das Programmangebot in seiner Gänze – nutzen.

Dieses Nutzerverhalten entwickelt sich ganz individuell und abseits festgelegter Grenzen. Derzeit wird die Hälfte der monatlich über 5 Millionen bei dradio.de angebotenen Audiodateien in den ersten acht Tagen nach ihrer Einstellung abgerufen. Der Abruf von etwa 2,5 Millionen weiteren Dateien erfolgt, zum Teil deutlich, nach dieser Zeitspanne.

Neben den Möglichkeiten zur Orts- und Zeitsouveränität spielt das Internet auch eine immer stärkere Rolle als zusätzlicher Hörfunk-Verbreitungsweg (Live-Stream, Webradios), der besonderes Gewicht in frequenzschwachen Regionen gewinnt. Diese Art des Einsatzes des Internets ist kein Telemedium im rechtlichen Sinn, stellt aber einen selbstverständlichen Teil eines schlüssigen Gesamtauftritts von Deutschlandradio im Internet dar: Das Angebot zur nachträglichen Nutzung von Beiträgen bliebe ohne die Übermittlung der laufenden Programme unvollständig.

a) Sendungsbeiträge zum Nachhören und Nachlesen

Der Internetauftritt dradio.de ist ein Spiegel der beiden Programme des Nationalen Hörfunks. Als neben die Radioprogramme tretendes originäres Format dokumentiert der Auftritt das politische, kulturelle und gesellschaftliche Leben und erfüllt damit ebenso wie die Radioprogramme den öffentlich-rechtlichen Auftrag. Durch seine Organisationsform bietet der Auftritt den Nutzern einen strukturierten Zugang zu aktuellen Themen aus beiden Programmen sowie die Mög-

lichkeit, diese Informationen durch einen nachträglichen Zugriff zu vertiefen. Dabei bietet das Angebot von dradio.de einen je nach Sendungsgegenstand und –inhalt differenzierten Zugriff für seine Nutzer. So ist eine Recherche über den Sendungstitel, die Ausstrahlungszeit oder die Programmrückschau möglich. Die ins Internet gespiegelten Beitrags- und Sendungsmanuskripte sind auf der Startseite von dradio.de ferner über sogenannte Themenportale zu erreichen. Dieser derzeit in elf in Rubriken aufgeteilte Bereich (Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung, Literatur, Kultur, Feature, Hörspiel, Musik, Kinder, Medien und Sport) bündelt Sendungsmanuskripte und verschriftete Interviews. Die gesendeten Buch-, Film- oder Theaterbesprechungen werden zudem systematisch in Gestalt von Kompendien eingeordnet. Sie eröffnen Hörern den Zugang zu Rezensionen (Buch-, Theater- und Filmbesprechungen) aus dem Fundus der beiden Programme des Nationalen Hörfunks.

Das Internetangebot ist entsprechend dem publizistischen Auftrag des Deutschlandradios zur bundesweiten Berichterstattung auf alle Bundesländer gleichermaßen zugeschnitten. Es bietet die für das Sendegebiet und die Programmschwerpunkte beider Hörfunkprogramme relevanten Informationen.

Das Internetangebot erlaubt den Zugriff auf einzelne Beiträge und auf vollständige Sendungen. Die Spiegelung der gesendeten Beiträge ist jedoch durch den urheberrechtlichen Rahmen – es stehen nicht in allen Fällen die erforderlichen Nutzungsrechte zur Verfügung – sowie die personelle Ausstattung begrenzt. Obwohl konzeptionell eine Vollständigkeit angestrebt wird, ist diese de facto nicht zu erreichen.

Soeben gesendete Beiträge des laufenden Tages – ergänzt durch Hinweise zu Programmschwerpunkten – werden in der Mitte der Startseite unter den stündlichen Deutschlandfunk-Nachrichten besonders herausgehoben. Hierbei wird überwiegend das „Fifo-Prinzip“ (First in, First out) angewendet. Ihm zufolge werden Programmschwerpunkte des Tages und Manuskripte soeben beendeter Sendungen immer am Kopf der Seite platziert und wandern nach Eintreffen neuer Manuskripte allmählich nach unten.

Dradio.de leistet im Rahmen seines Angebots einen komplementären Beitrag zur Grundversorgung, zum Beispiel mit der Bereitstellung hochwertiger Programminhalte zur zeitsouveränen Nutzung. So sind Audio-Beiträge zum Nachhören, Podcasts und Live-Streams entweder ohne Umwege über die Startseite oder mit lediglich einem Mausclick von dort erreichbar. Dieses An-

gebot wird durch die Wiedergabe von Sendungsinhalten mit Servicethemen wie Wetter, Seewetter oder Verkehrsnachrichten ergänzt.

Die journalistischen Inhalte von dradio.de bestehen ausschließlich in der internetgerechten Wiedergabe gesendeter Beiträge in Ton und Text. Diese Beiträge werden zur besseren Auffindbarkeit nicht nur den jeweiligen Sendungen oder Beiträgen der Programme, sondern auch bestimmten Themen ausdrücklich zugeordnet. Deutschlandradio verzichtet auf eigene, nur für das Internet geschaffene Beiträge, sieht man von zusammenfassenden und verbindenden sowie ordnenden und der Orientierung dienenden Texten ab.

Die journalistischen Inhalte von dradio.de werden intern in Kategorien eingeteilt, denen folgende publizistische Beurteilungskriterien zu Grunde liegen:

- zeit- und kulturhistorische Relevanz,
- Nachhaltigkeit,
- dokumentarische Qualität,
- Gestaltungstiefe und
- pädagogisch-didaktische Relevanz.

Diese Kriterien ermöglichen eine Bewertung. Deutschlandradio geht davon aus, dass für Beiträge aus Sendungen, auf die eines oder mehrere der genannten Kriterien in besonderem Maße zutrifft, eine Verweildauer von bis zu zwölf Monaten und eine dauerhafte Archivierung vorgesehen werden können. Bei pädagogisch-didaktisch relevanten Angeboten ist angesichts des Ziels, einen Lernerfolg zu bewirken, eine Standzeit von 18 Monaten sinnvoll (siehe dazu Ziffer V.).

Insgesamt lassen sich anhand dessen die auf dradio.de, kakadu.de und breitband-online.de publizierten Sendungen und Beiträge fünf Kategorien zuordnen. Mit der Einordnung in diese Kategorien sind teils unterschiedliche Verweildauern im Internet-Angebot verbunden (s. u. B. V.).

aa) Sendungen von zeit- und kulturhistorischer sowie pädagogisch-didaktischer Relevanz, Dokumentationen des religiösen Lebens und Zeitzeugengespräche, Kompendien (Kategorie 1)

Diese Kategorie versammelt aufwändig recherchierte Beiträge von hoher Gestaltungstiefe und Nachhaltigkeit. Die Relevanz dieser Beiträge geht weit über das Tagesgeschehen hinaus. Sie beleuchten Entwicklungen aus einer zeit- und kulturhistorischen Perspektive und vertiefen die Informationen zum Zeitgeschehen.

Das Spektrum reicht von Sendungsschwerpunkten zu bedeutsamen Ereignissen über Rezensionen kultureller Werke und Aufführungen oder Ausstellungen bis zu Hintergrund-Berichten zu politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklungen. In diesen Bereich gehören ebenso Gespräche mit Zeitzeugen (u. a. Interviews mit ehemaligen Staatsmännern), Beiträge und Reportagen, die Menschen und Landschaften vorstellen oder die das religiöse Leben dokumentieren.

Darüber hinaus zählen auch Buch-, Theater- und Filmkompendien mit Nachschlagfunktion, die durch Verschlagwortung und lexikalische Daten-Organisation gekennzeichnet sind, zu dieser Kategorie. Diese thematisch begrenzten Online-Kompendien aus den Bereichen Literatur, Theater und Film entstehen durch eine Systematisierung der gesendeten Rezensionen der beiden Hörfunkprogramme. Der Nutzen dieser Form der Zusammenstellung der Programminhalte im Internet liegt im strengeren Sinn auf der Ebene von Nachschlagwerken.

Ebenso zählt hierher das Angebot unter kakadu.de, das einen pädagogisch-didaktischen Ansatz verfolgt. [Kakadu.de](http://kakadu.de) wird überwiegend aus Beiträgen der Kindersendung Kakadu gespeist, die zum Nachlesen und Nachhören ins Internet gespiegelt werden. Die Beiträge werden außerdem kindgerecht thematisch-inhaltlich sortiert angeboten (Radiothek). Dies entspricht dem unter dradio.de praktizierten Konzept und ist Sendung auf Abruf bzw. sendungsbezogenes Telemedium. Daneben gibt es unter kakadu.de aber auch eine Seite, auf der Kinder zum Mitmachen aufgerufen werden, sowie eine Seite, auf der Kinder spielerisch anhand wöchentlich wechselnder Inhalte ihre Sprach- und Lesekompetenz (Spiel am Samstag), ihr Verständnis für praktische Alltagsprobleme (Rätsel der Woche) und ihre Fähigkeiten im mathematisch-kombinatorischen Bereich (Kasukadu) überprüfen können. Diese Angebote sind geprägt durch den Protagonisten der Radiosendung, den Kakadu. Die Seiten unter der Überschrift "Mitmachen" dienen unterschiedlichen Formen der Hörer-Partizipation als Grundlage. So gibt es eine "Umfrage der Wo-

che", in der die Einschätzung der Kinder zu einer zentralen Fragestellung aus der Sendung abgefragt wird. Weiterhin werden die Besucher aufgefordert, eine eigene Geschichte zu schreiben oder ein Bild zu malen. Auf diese Online-Möglichkeiten wird in regelmäßigen Abständen in der Sendung Kakadu aufmerksam gemacht. Ferner wird ein von Redakteuren gegengelesenes Forum (User Generated Content) angeboten, in dem sich Benutzer zur Sendung Kakadu oder zu Sendungsbestandteilen wie den Themen Musik, Sport, Buch oder Film äußern können. Weiterhin gibt es ein freies Forum ohne Themenbeschränkung.

bb) Berichte und Dokumentationen aus Wissenschaft, Forschung und Lehre (Kategorie 2)

Auftrag und Anliegen von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur ist es unter anderem, Tendenzen und Entwicklungen in Wissenschaft und Lehre zu beleuchten, deren Möglichkeiten, aber auch Gefahren, aufzuzeigen und Hörerinnen und Hörern die Orientierung in Bereichen zu ermöglichen, die nur selten im Zentrum des öffentlichen Interesses stehen.

Der Fokus der Sendungen dieser Kategorie liegt auf Beiträgen, die das wissenschaftliche Spektrum beleuchten und Wissens- und Forschungsthemen nutzwertorientiert für den an Wissenschaft und Bildung interessierten Laien aufbereiten. Dies schließt den Rezipienten aus dem Umfeld wissenschaftlicher Forschung und Lehre nicht aus. Die Beiträge ermöglichen Wissenschaftlern, Forschern und Lehrenden gleichwohl, einen Blick über den Tellerrand zu werfen.

Die Beiträge und Sendungen dieser Kategorie gehören zu den am stärksten abgerufenen Inhalten von dradio.de. Sie wurden bisher auch mehrere Monate, teilweise Jahre, nach Ausstrahlung in beiden Programmen – nicht zuletzt von Bildungs- und Wissenschaftsinstitutionen – nachgefragt. Zudem werden bevorzugt Beiträge aus dieser Kategorie von externen Webseiten aus dem Bereich Wissenschaft und Bildung verlinkt.

cc) Tagesaktuelle Beiträge, Presseschauen (Kategorie 3)

In diese Kategorie fallen tagesaktuelle Inhalte, die nur für kurze Zeit relevant sind und von neuen Geschehnissen relativ schnell eingeholt werden. Hier finden sich unter anderem Nachrichten, die Presseschauen, weitere tagesaktuelle Beiträge und die Kommentare.

Auch diese tagesaktuellen Inhalte sind sämtlich solche, die in den Programmen des Deutschlandradios ausgestrahlt werden. Die auf der Einstiegsseite von dradio.de unter „Nachrichten“ auffindbaren Meldungen etwa stammen jeweils aus der jüngsten zur vollen Stunde ausgestrahlten Nachrichtensendung der beiden Programme. Eigene für das Internet produzierte Nachrichten kennt das Internetangebot von Deutschlandradio nicht; Deutschlandradio betreibt kein Internet-Nachrichtenportal.

dd) Service und Beratung (Kategorie 4)

Zu dieser Kategorie gehört die Verfügbarmachung von Sendungen und Beiträgen in Ton und Text zu klassischen Ratgeber- und Verbraucherthemen, mit Informationen und Rezensionen zu neuen Büchern und Kinofilmen oder Konzertaufführungen.

Ausgenommen von der Zuordnung zu dieser Kategorie sind Buch-, Theater- und Filmkompendien mit Nachschlagefunktion, die, wie bereits dargestellt, zur Kategorie 1 zählen.

Auch die Online-Inhalte dieser Gruppe entstammen den Sendungen der Radioprogramme. Service- und Beratungsangebote, die allein im Internet stattfinden, gibt es nicht.

ee) Kulturformate (Kategorie 5)

Hörspiele, künstlerische Features oder Konzertmitschnitte, die jeweils Gegenstand entsprechender Sendungen aus den beiden Programmen sind, sind als besondere Kunstform fiktionaler Natur keiner der bislang genannten Kategorien zuzuordnen. Sie zeichnen sich durch Gestaltungstiefe aus und haben zeitlosen Charakter.

b) Newsletter

Zu den Sendungen seiner Hörfunkprogramme bietet Deutschlandradio Newsletter-Bestellmöglichkeiten an. Die Newsletter bündeln Beiträge einer oder mehrerer Sendungen zu

Stunden- bzw. Tagesüberblicken oder zu thematischen Schwerpunkten, indem sie per Überschrift, Vorspanntext und Links auf neu eingestellte Sendungen im Angebot von dradio.de hinweisen. Im Einzelnen werden angeboten:

- Stunden- und Tagesüberblicke:
 1. Aktuell und Interview
Täglicher Newsletter mit Aktuell-Beiträgen und den Interviews von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur.
 2. Neu im Angebot
Täglicher Newsletter. Er bietet eine Auswahl aktueller Manuskripte zu Sendungen von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur.
 3. Deutschlandfunk - Forschung Aktuell
Aktuelle Sendungsbeiträge aus Naturwissenschaft und Technik.
 4. Deutschlandfunk Sprechstunde
Wöchentlicher Newsletter mit aktuellen Beiträgen und Nachrichten aus der Medizin.
 5. Deutschlandradio Nachrichten
Es stehen fünf Nachrichten-Newsletter zur Verfügung, die täglich um 6, 10, 12, 18 und 20 Uhr versendet werden.
 6. Deutschlandradio Presseschau
Die tägliche Presseschau als Newsletter.
 7. Deutschlandradio Seewetterbericht
Der aktuelle Seewetterbericht als Newsletter.

- Thematische Überblicke:
 1. Hörspiel
Wöchentlicher Newsletter mit einer Vorschau auf Hörspiele und Features von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur.
 2. Literatur
Ein wöchentlicher Newsletter. Er bietet eine Auswahl aktueller Manuskripte zu Literatursendungen von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur.
 3. Programmvorschau
Samstäglicher Newsletter mit einer Wochenvorschau auf Sendungen im Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur.
 4. Schülerwettbewerb Lyrix
Mit diesem Newsletter erhalten registrierte User Informationen zum Schülerwettbewerb Lyrix.

Diese Newsletter können ergänzt oder verändert werden, ohne dass Deutschlandradio von dem zugrundeliegenden Konzept – Hinweis auf die Sendungen der beiden Hörfunkprogramme – abweicht.

c) **Selbstdarstellung**

Die vier soeben unter a) lit. aa) bis ee) beschriebenen Kategorien sowie unterstützend das Newsletter-Angebot fassen die aus den beiden Hörfunkprogrammen des Deutschlandradios gespiegelten Beiträge und Sendungen zusammen. Die Selbstdarstellung der Körperschaft im Bereich „Wir über uns“ nimmt demgegenüber eine Sonderstellung ein. Sie findet in den Programminhalten keine Entsprechung.

Das Internetangebot von dradio.de bietet den Hörerinnen und Hörern unter der Überschrift „Wir über uns“ nützliche Informationen über den Sender und seine Programm- und Organisationsstruktur, über die Aufgaben und Mitglieder seiner Gremien, zu den Empfangsmöglichkeiten

beider Programme, über Ausbildungsangebote, zur Geschichte der Körperschaft und ihrer Vorläufer. Neben Frequenzübersichten, der Sitemap, einer Kontaktseite, dem Impressum und Hilfen zum Internetangebot werden in Text und Bild Beschreibungen der Funkhäuser, Organigramme, der „Bericht über programmliche Leistungen und Perspektiven des Nationalen Hörfunks Deutschlandradio“, der Datenschutzbericht, ein Literaturverzeichnis zum Nationalen Hörfunk, eine Vorstellung der In- und Auslandskorrespondenten und der Redaktionen, Pressemitteilungen und Pressebilder, der Jahresabschluss und der Konzernlagebericht sowie ein Verzeichnis der Kooperationspartner des Deutschlandradios angeboten.

2. Zusatzdienste

Die Zusatzinformationen, die Deutschlandradio über den Teletext und das Rundfunksignal verbreitet, sind keine Spiegelung und Wiedergabe der Programminhalte. Gleichwohl unterstützen und begleiten sie die Radioprogramme. Es handelt sich um die folgenden Angebote:

a) Teletext

Deutschlandradio stehen im ARD-Text, im ZDF-Text und im Phoenix-Videotext jeweils die Seiten 480 bis 488 zur Verfügung. Das dort verbreitete Angebot besteht aus Frequenzübersichten – insofern ist das Angebot Teil der Selbstdarstellung des Deutschlandradios –, der Programmvorschau für die Sender Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur, Hinweisen auf Veranstaltungen des Nationalen Hörfunks und der Nennung der Service-Telefonnummern.

b) UKW-RDS

Über das Radio-Data-System, einen Dienst zur unhörbaren Übermittlung von Zusatzinformationen im analogen UKW-Hörfunk, bietet das Deutschlandradio eine Reihe begleitender und unterstützender Dienste an. Der Programm Service Name gibt auf dem Radiodisplay die Stationskennung (acht Buchstaben/Zahlen/Zeichen) wieder (Die ebenfalls mögliche Nutzung von „scrolling PS“ für Titel- und Interpret-Anzeige findet bei Deutschlandradio nicht statt). Über den Programme Type (PTY) strahlt Deutschlandradio pro Sender/Sendung die Genre-Informationen

(z.B. „POP“, „CLASSIC“) aus. Über den Traffic Message Channel (TMC) sendet Deutschlandradio Daten mit codierten Verkehrsmeldungen, die ein Navigationssystem auswerten kann. Die Programme Identification (PI) sendet den eindeutigen Code eines Radiosenders, der für den schnellen Frequenzwechsel bei AF benötigt wird. Über Clocktime (CT) sendet Deutschlandradio ein vollwertiges Zeitsignal inklusive Datum. Es wird jeweils zur vollen Minute ausgestrahlt. Deutschlandradio sendet über RDS außerdem den Radiotext, der es Empfangsgeräten mit einem Display erlaubt, das im Sendekanal mitgelieferte Signal darzustellen. Die maximale Länge einer einzelnen Radiotext-Information beträgt bei UKW 64 Zeichen. Ein direkter Bezug zur soeben laufenden Sendung im Radio ist das Kennzeichen des Radiotextes. Der Radiotext nennt die laufende Sendung, den laufenden Musiktitel und den Interpreten des Musiktitels; bei Wortsendungen werden der Titel des Beitrags und der Namen des Autors übermittelt. Aufgrund der geringen Größe der Displays der Empfangsgeräte werden Inhalte im Radiotext grundsätzlich in einer kurzen Form kompakt dargestellt. Alle Inhalte im Radiotext entsprechen dem öffentlich-rechtlichen Auftrag zu Information, Bildung und Unterhaltung. Eine echte Verweildauer der einzelnen Inhalte gibt es nicht, der jeweils gerade gesendete Text-Inhalt wird vom nächstfolgenden in kurzer Folge abgelöst. Auf dem Radiotext-Display erscheint daher immer nur eine aktuelle Information. Den Hörern steht kein Archiv für Radiotextinhalte zur Verfügung.

c) **DAB-Zusatzdienste (PAD, Programme Associated Data)**

Für das digital-terrestrische DAB-Signal bietet Deutschlandradio ebenfalls Informationsdienste an. Auf dem Display des Radios wird der Programmname angezeigt (Programme Service Label). Die Länge des Namens ist auf 16 Zeichen begrenzt. Über Dynamic Label werden Informationen zur laufenden Sendung, Titel und Interpret, sowie Sender-Slogans in wechselnder Folge auf dem Empfängerdisplay dargestellt. Die maximale Länge einzelner Dynamic Label beträgt 128 Zeichen. Die Inhalte der einzelnen Dynamic Label werden nicht gespeichert. Dieser Dienst ähnelt dem Radiotext bei UKW-RDS. Mit der Slideshow werden Nachrichtenschlagzeilen als Grafik übertragen. Diese werden auf einem grafikfähigen Display des Empfängers als Diaschau dargestellt. Die Inhalte stammen aus den Nachrichtenüberschriften des Internetangebots von dradio.de. Die Bilder werden nicht im Empfänger gespeichert. Über den Dienst Journaline werden die Inhalte der Nachrichten aus dem Internetangebot von dradio.de übernommen. Die Darstellung verlangt einen Empfänger mit mehrzeiligem Display. Auf der ersten Ebene werden die Schlagzeilen dargestellt. Bei Auswahl einer Schlagzeile wird die auf der darunterliegenden

nächsten Ebene enthaltene Detailinformation dargestellt. Weitere Ebenen können nähere Details oder Hintergrundinformationen enthalten. Die Informationen sind in einer Baumstruktur aufbereitet. Der Electronic Programme Guide (EPG) übermittelt Informationen zu den Sendungen für den laufenden Tag und die kommenden sechs Tage. Zur Darstellung dieser Informationen benötigt der Empfänger ein mehrzeiliges Display für Text- und Ziffernanzeige. Komfortable Geräte erlauben die Nutzung der EPG-Informationen zur Programmierung einer Aufzeichnung von gewünschten Sendungen oder der Inbetriebnahme des Empfängers zu einer gewünschten Sendung. EPG-Daten aus der Vergangenheit werden im Empfangsgerät nicht gespeichert.

d) DRM-Zusatzdienste

Ähnliche Zusatzinformationen ergänzen auch das über die digitale Mittelwelle nach dem DRM-Standard verbreitete Programmsignal. So wird der Programmname auf dem Empfängerdisplay dargestellt. Der Label-Dienst ermöglicht die Darstellung von Informationen zur laufenden Sendung, Titel und Interpret, sowie Sender-Slogans in wechselnder Folge auf dem Empfängerdisplay. Die Inhalte der einzelnen Label werden nicht gespeichert. Dieser Dienst ähnelt dem Radiotext bei UKW-RDS. Der Dienst Journaline wird bei DRM ebenfalls angeboten. Schließlich lassen sich über DRM ebenfalls EPG-Informationen übertragen. Mit dem EPG werden Informationen zu den Sendungen für den laufenden Tag und die kommenden sechs Tage übermittelt. Zur Darstellung dieser Informationen benötigt der Empfänger ein mehrzeiliges Display für Text- und Ziffernanzeige. EPG-Daten aus der Vergangenheit werden im Empfangsgerät nicht gespeichert.

e) Astra Digital Radio

Über das Satellitensignal von Astra Digital Radio (ADR) wird ebenfalls der Programmname auf das Empfängerdisplay und übermittelt. Auf dem Empfängerdisplay oder dem Fernsehgerät werden über Radiotext ferner die bereits genannten Informationen dargestellt. Die Inhalte der einzelnen Radiotexte werden im Empfänger nicht gespeichert. Dieser Dienst findet sich in ähnlicher Art bei UKW-RDS wieder. Liegen Informationen zu Titel und Interpret vor, werden diese zusätzlich zum Radiotext unmittelbar ausgesendet und auf dem Fernsehgerät in Bereichen abgegrenzt vom Radiotext dargestellt.

f) Digital Video Broadcast DVB-S

Das Satellitensignal DVB-S übermittelt ebenfalls den Programmnamen, der auf dem Empfängerdisplay bzw. dem Fernsehgerät dargestellt wird. Mit dem EPG werden Informationen zu den Sendungen für den laufenden Tag und die kommenden sechs Tage übermittelt. Zur Darstellung dieser Informationen benötigt der Empfänger ein Fernsehgerät. Komfortable Empfangsgeräte erlauben die Nutzung der EPG-Informationen zur Programmierung einer Aufzeichnung von gewünschten Sendungen auf einer Festplatte oder zur zeitgesteuerten Umschaltung des Fernsehers auf ein gewünschtes Programm. EPG-Daten aus der Vergangenheit werden im Empfangsgerät nicht gespeichert. Deutschlandradio sendet Radiotext auch über DVB-S aus. Auf dem Empfängerdisplay oder dem Fernsehgerät werden Informationen zur laufenden Sendung, Titel und Interpret, sowie Sender-Slogans in wechselnder Folge dargestellt. Die Inhalte der einzelnen Radiotexte werden im Empfänger nicht gespeichert.

III. Technische Verbreitung

Zur Angebotsverbreitung setzt Deutschlandradio auf offene technische Standards und Verbreitungswege. Das übergeordnete Ziel besteht darin, die Telemedienangebote für typische Nutzungssituationen und gängige Endgeräte anzubieten. Derzeit sind das z. B. Angebote für PC, PDA, Mobiltelefon sowie Fernseh- und Radiogeräte. Um diese technischen Verbreitungswege nutzen zu können, müssen die Inhalte mit beschreibenden Daten (Metadaten) versehen werden.

Die Verbreitung erfolgt jeweils einschließlich aller zum jeweiligen Inhalt gehörenden Daten- und Steuersignale. Die zentrale Rolle spielt die Verbreitung der Telemedien über das offene, frei zugängliche World Wide Web. Dazu gehört zum Beispiel neben der Auslieferung der Websites die Bereitstellung der Inhalte in Form von Newslettern, als Podcast-Abonnement oder als technischer Datenstrom (RSS-Feed, xml). Die Entscheidung über die Nutzung, zum Beispiel zum Abruf auf eigenen Websites, liegt beim Anwender. Soweit Software der Wahrnehmung der eigenen Angebote dient, bietet Deutschlandradio diese zum Teil selbst und unentgeltlich an (z. B. Podcast-Feeds, Radio Guides, Mitschnittsoftware für Radioprogramme, Programmführer).

Die Distributionsstrategie des Deutschlandradios umfasst auch die Zusammenarbeit mit Dritten. So können zum Beispiel Programminhalte nicht-linear über Drittplattformen (z. B. Youtube, iTunes etc.) zusätzlich zugänglich gemacht werden.

IV. Zielgruppe

Die Zielgruppe des Telemedienangebots entspricht jener der beiden Hörfunkprogramme von Deutschlandradio. Dies folgt aus der Spiegelfunktion des Angebots.

Deutschlandradio Kultur und Deutschlandfunk sind werbefreie Vollprogramme. Zielgruppe sind Hörerinnen und Hörer, die Wert legen auf eine gründliche, umfassende Information und eine zuverlässige und unabhängige Orientierung und interessiert sind am politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Geschehen in Deutschland, Europa und der Welt. Im Unterschied zu den Angeboten der Landesrundfunkanstalten der ARD wenden sich die Programme des Deutschlandradios an ein bundesweites Publikum.

Die Sendungen richten sich an Angehörige aller Generationen. Besonders erfolgreich sind Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur bei Multiplikatoren und bei Frauen und Männern mit gehobenen Bildungsabschlüssen. Addiert erreichen die Programme von Deutschlandradio, ungeachtet ihrer defizitären Übertragungskapazitäten, acht Millionen regelmäßige und 1,8 Millionen tägliche Hörerinnen und Hörer. Das Altersmittel liegt laut Mediaanalyse im Jahr 2009 bei 57 Jahren (Deutschlandfunk) und 51 Jahren (Deutschlandradio Kultur).

Mit dem Schwerpunkt bei den über Fünfzigjährigen entsprechen die Programme des Nationalen Hörfunks den Akzeptanzwerten vergleichbarer Qualitätsangebote und den demographischen Grundgegebenheiten. Gleichwohl gehört zu den wichtigsten Unternehmenszielen die Gewinnung jüngerer Hörer. Jüngere Menschen haben im letzten Jahrzehnt Formen der Mediennutzung ausgebildet, die jenseits der gewohnten Pfade angesiedelt sind. Übereinstimmend kommt die Medienforschung zu dem Befund, dass alle klassischen Massenkommunikationsmittel beim jüngeren Publikum an Boden verlieren. Man muss nicht übertrieben pessimistischen Prognosen folgen, um zum Schluss zu kommen, dass das Kulturgut Radio ebenso gefährdet ist wie das Kulturgut Zeitung – es sei denn, sie finden neue Zugänge zum jüngeren Publikum.

Das Internet als Massenmedium „à la mode“ eröffnet hier gute Chancen. Es ist zwar altersoffen, wird aber von jüngeren Menschen signifikant stärker genutzt als von älteren. Für die Programme von Deutschlandradio hat es insofern strategische Funktion: Der Web-Auftritt ist imstande, die Brücke zu jüngeren Publica zu schlagen und Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur Nutzern bekannt zu machen, die noch nicht „Kunden“ der Radioprogramme sind. Nutzerbefragungen stützen diese These: Viele junge Menschen, die heute Stammhörer von Deutschlandradio Kultur oder Deutschlandfunk sind, wurden erst über dradio.de auf diese Programme aufmerksam.

In den vergangenen Jahren hat das Internet die Mediennutzung entscheidend verändert. Damit geht auch ein Wandel bei den Erwartungen an die klassischen Medien einher. So zeigt sich, dass sich bei entsprechendem nichtlinearem Angebot vor allem jüngere Zielgruppen für das Radio gewinnen lassen. Diese Zielgruppen erwarten vom klassischen Radio moderner Prägung ein Angebot, das es ihnen ermöglicht, Radioinhalte nachzuhören und nachzulesen, wenn sie Zeit dafür haben, unabhängig vom Ort, an dem sie sich befinden¹.

Dies zeigt auch die ARD/ZDF-Onlinestudie 2008, die nachweist, dass insgesamt das Bedürfnis wächst, Inhalte zu einem frei wählbaren Zeitpunkt zu nutzen.

Dieser Erwartung werden Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur durch ein breites Angebot an Podcasts, Audio on Demand-Beiträgen und Radio-Manuskripten zum Nachlesen gerecht.

V. Verweildauer

Der RStV selbst enthält den Auftrag an das Deutschlandradio, Sendungen auf Abruf sowie sendungsbezogene Telemedien für eine Standzeit von jeweils sieben Tagen nach Ausstrahlung der Sendung im Programm anzubieten (§ 11d Abs. 2 Satz 1 Nrn. 1 u. 2 RStV). Eine längere Verweildauer dieser Angebote ist jeweils auf der Grundlage eines Telemedienkonzepts und eines entsprechenden Drei-Stufen-Tests statthaft (§ 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 RStV).

¹ Studie: Podcast in Deutschland 2007, House Of Research. http://house-of-research.de/fileadmin/user_upload/dateien/Podcast/2007_Martens_Bressler_Podcast_in_Deutschland_2007_02.pdf.

1. Bemessung der Verweildauer und Zuordnung der Beiträge

Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur wenden ein Stufenmodell für die Verweildauer der Beiträge auf den Internetseiten an. Das beherrschende Kriterium für die Zuordnung von Beiträgen und Sendungen ist jenes der publizistischen, im Fall von kakadu.de auch der pädagogischen Relevanz.

In diesem Modell ist für aufwändig recherchierte Beiträge von hoher Gestaltungstiefe und Nachhaltigkeit, deren publizistische Relevanz weit über das Tagesgeschehen hinausgeht und die die Entwicklung aus einer zeit- und kulturhistorischen Perspektive beleuchten, eine längere Verweildauer und eine Archivierung vorgesehen (s. o. **B. II. 1. a) aa**), Kategorie 1).

Dies gilt insbesondere für Sendungsschwerpunkte zu bedeutenden Ereignissen, Hintergrund-Berichten zu politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklungen oder Rezensionen kultureller Werke und Aufführungen oder Ausstellungen. Dies gilt außerdem für Beiträge und Reportagen, die Menschen und Landschaften vorstellen oder das religiöse Leben dokumentieren.

Auch Beiträge und Sendungen, die das wissenschaftliche Spektrum beleuchten und Wissens- und Forschungsthemen nutzwertorientiert für den an Wissenschaft und Bildung interessierten Laien aufbereiten, zählen zu dieser Stufe (s. o. **B. II. 1. a) bb**), Kategorie 2). Dies ermöglicht es Rezipienten aus dem Umfeld wissenschaftlicher Forschung und Lehre, über einen längeren Zeitraum in ihrem Themenfeld zu recherchieren. Den Internetangeboten von Wissenschafts- und Bildungsinstitutionen, die auf die unter dradio.de vorhandenen Beiträge und Sendungen zu diesen Themen sehr oft verlinken, steht dieses Angebot damit ebenfalls zur Verfügung. Sogenannte „tote“ Links auf den Internetseiten dieser Einrichtungen werden vermieden.

Nach Ablauf der Verweildauer wird im Einzelnen nach journalistischen, zeit- und kulturhistorischen sowie archivarischen Kriterien entschieden, welche Inhalte in die Archiv-Bereiche eingestellt und dauerhaft vorgehalten werden.

Beiträge in Archiven werden künftig durch eine eindeutige textliche Kennzeichnung auf den ersten Blick als solche erkennbar sein. Zudem sollen Besucher auf den Seiten von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur beim Verlassen des aktuellen Bereichs darüber informiert

werden, dass sie ein Archiv betreten.

Tagesaktuelle Beiträge, Nachrichten, Presseschauen und Kommentare, die schnell von der aktuellen Entwicklung eingeholt und überholt werden (s. o. **B. II. 1. a cc**), Kategorie 3), rechtfertigen keine Verweildauer über sieben Tage hinaus. Service- und Ratgeberthemen (s. o. **B. II. 1. a dd**), Kategorie 4) dagegen sind nicht an die Tagesaktualität gebunden. Sie entsprechen andererseits nicht den Kriterien der zeit- und kulturgeschichtlichen Relevanz. Eine Verweildauer über drei Monate hinaus ist deshalb nicht vorgesehen.

Buch-, Theater- und Filmkompendien, die durch Verschlagwortung und lexikalische Datenorganisation gekennzeichnet sind, sind dem Bereich Archive zuzuordnen. Ihr Nutzen liegt im strengeren Sinn auf der Ebene von Nachschlagwerken.

Die Verweildauer der Inhalte des Telemedienangebots von Deutschlandradio lassen sich angesichts dieser journalistischen Notwendigkeiten in den folgenden Stufen zusammenfassen:

- Stufe 1: Verweildauer von bis zu sieben Tagen

Entsprechend dem Modell des 12. RändStV bleiben sämtliche Inhalte des Telemedienangebots des Deutschlandradios für im Regelfall wenigstens sieben Tage nach ihrer Ausstrahlung in den Radioprogrammen verfügbar.

Nach Ablauf dieser Frist wird jener Inhalt des Angebots von dradio.de entfernt, der sich ausschließlich der tagesaktuellen Berichterstattung widmet und aufgrund überholenden Geschehens regelmäßig in kurzer Zeit an Informationswert einbüßt. Hierzu zählen die Angebote der Kategorie 3 wie die tagesaktuellen Beiträge oder die Presseschauen.

Begründung der Verweildauer: Nachrichten, Presseschauen und Kommentare verfügen nur über eine vergleichsweise geringe Gestaltungstiefe, werden schnell von der aktuellen Entwicklung eingeholt und verlieren in kurzer Zeit an publizistischer Relevanz. Die Hintergrundberichterstattung der Programme des Deutschlandradios zu den in den aktuellen Formaten abgebildeten relevanten Themen findet in anderen Sendungen statt. Die dort vermittelten Informationen bleiben dem Telemedienangebot des Deutschlandradios durch die Spiegelung dieser Sendungen langfristig erhalten.

- Stufe 2: Verweildauer von bis zu drei Monaten

Hierzu gehören die zeitlich bedeutsamen Inhalte der Kategorie 4 aus Service und Beratung, etwa Testberichte und andere Verbraucherthemen. Weiterhin fallen in diese Kategorie die Kindernachrichten der Sendung Kakadu.

Begründung der Verweildauer: Beiträge dieser Kategorie verfügen über keine herausragende Gestaltungstiefe, verlieren aber nicht so schnell an publizistischer Relevanz und werden nicht so bald von neuen Ereignissen eingeholt wie Beiträge der Stufe 1. Ihre Inhalte sind auch nach Ablauf von sieben Tagen noch aktuell und bieten somit einen hohen Nutzen.

Dieser Kategorie zugeordnet sind auch die Nachrichtenangebote der Sendung Kakadu. Sie sind in ihrer Bedeutung von den herkömmlichen Nachrichten zu unterscheiden und werden länger als sieben Tage nach Ausstrahlung angeboten. Bei ihnen ist zu berücksichtigen, dass in der Zielgruppe die Entwicklungsstufen stark variieren. Aufgabe der Kindernachrichten ist es, ein adäquates Medienverhalten zu fördern, Kinder sorgsam an schwierige politische Themen heranzuführen und sie dadurch beim Kennenlernen der Welt, in der sie leben, zu unterstützen. Ein der Zielgruppe angemessenes Angebot muss deshalb auch die zeitlich möglichst gering limitierte Möglichkeit der Repetition (wiederholtes Hören und Nachhören) einschließen. Der Wiederauffindbarkeit desselben Inhalts kommt eine besondere Bedeutung zu. Erst so legt es das Fundament für einen mittel- bis langfristigen Lern- und Schulerfolg. Dieser pädagogisch-didaktische Ansatz stellt ein Alleinstellungsmerkmal im Nachrichtenbereich dar und hebt die Kindernachrichten von herkömmlichen Nachrichten ab. Die Aktualität und journalistische Relevanz sind hier weniger maßgebend als bei dem übrigen Internetangebot.

- Stufe 3: Verweildauer von bis zu zwölf Monaten

Sendungen von zeit- und kulturhistorischer Relevanz, Dokumentationen des religiösen Lebens und Zeitzeugengespräche (Kategorie 1), Inhalte der Foren (User Generated Content) sowie Berichte und Dokumentationen aus Wissenschaft, Forschung und Lehre (Kategorie 2) sind saisonal bedeutsam. Sie verbleiben für ein Jahr nach ihrer Ausstrah-

lung im Programm im Internetangebot von Deutschlandradio. Dies gilt auch für die Bereithaltung von Sendungen mit Hörspielen, Features oder Konzertaufnahmen, soweit die erforderlichen Nutzungsrechte vorliegen.

Begründung der Verweildauer: Aufwändig recherchierte Beiträge von hoher Gestaltungstiefe und Nachhaltigkeit, deren publizistische Relevanz weit über das Tagesgeschehen hinausgeht und die Entwicklungen aus einer zeit- und kulturhistorischen Perspektive beleuchten, sind vielfach die Basis dafür, dass es Rezipienten gelingt, sowohl die Ereignisse des Tages wie auch die Dinge der Welt ordnen und besser verstehen zu können. Beiträge dieser Kategorie wirken langfristig nach und gehören im Sinnzusammenhang des Internets zu den begehrtesten Fundstellen.

Hörspiele, künstlerische Features und Konzertmitschnitte haben zeitlosen Charakter. Ihre Verweildauer muss sich zunächst an den Auflagen der Inhaber der Verwertungsrechte, im Besonderen der Verlage, der Musiklabels und der GEMA, orientieren. Sofern es hier nach zulässig ist, bleiben Hörspiele und künstlerische Features für bis zu zwölf Monate verfügbar.

- Stufe 4: Verweildauer von bis zu 18 Monaten

Von dieser Regelung betroffen sind alle Teile des Webauftritts der Sendung Kakadu mit Ausnahme der Kindernachrichten (siehe unter Stufe 2) und der Foren (User Generated Content; siehe unter Stufe 3). Bei Kakadu handelt es sich um ein medienpädagogisch strukturiertes Angebot für Kinder und Jugendliche im Alter von vier bis 13 Jahren. Es begleitet diese jungen Hörerinnen und Hörer auf den ersten Schritten in die Welt der Politik, Kultur und Wissenschaft und vermittelt die im Umgang mit dem Computer und dem Medium Internet notwendigen Grundlagen. Computer und Internet sind Zukunftstechniken, die Kinder beherrschen müssen, um in Schule und Beruf erfolgreich bestehen zu können.

Mit diesem Angebot erfüllt Deutschlandradio Kultur den öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrag und zeichnet sich durch eine eigenständige Positionierung im publizistischen Wettbewerb aus. Mit einem speziellen Nachrichtenangebot für die Zielgruppe und Erklärstücken zu politischen, kulturellen, wissenschaftlichen und religiösen Themen hebt

sich kakadu.de von konkurrierenden Angeboten deutlich ab und verfügt über publizistische Alleinstellungsmerkmale.

Begründung der Verweildauer: Bei der Zielgruppe muss davon ausgegangen werden, dass ihre Lern- und Entwicklungsstufen stark variieren. Die gewählte Verweildauer hilft ihr (unterstützt von Erziehungsberechtigten und Pädagogen) dabei, Inhalte mehrfach nachzulesen und in selbst gewählten Zeitintervallen gegebenenfalls bis zum vollständigen Verständnis nacharbeiten zu können.

Eine enger begrenzte Verweildauer ließe sich zudem den etwas älteren Mitgliedern der Zielgruppe nicht vermitteln. Sie sind es gewohnt, Informationen mit Altersgenossen auf elektronischem Weg auszutauschen und etwa Text- und Audio-Beiträge per Link weiterzuempfehlen.

- Archiv

Die Angebote der Stufe 3 enthalten Beiträge, die zur Einstellung in das Archiv geeignet sind. Dies wird gemäß den hierfür geltenden Gesichtspunkten (siehe dazu nachstehend unter 2.) im Einzelfall jeweils geprüft. Die systematisierten Buch-, Theater- und Filmbesprechungen sind ebenfalls Teil des Archivs.

Die Zuordnung zu diesen Stufen erfolgt durch die Redaktionen schon bei der Einstellung in das Internetangebot.

Dieses Stufenmodell für das Internetangebot von Deutschlandradio profitiert von seiner strengen Spiegelfunktion. Eine nachträgliche Änderung der Beiträge aus Gründen der Aktualisierung findet grundsätzlich nicht statt. Ein tagesaktueller Beitrag wird nicht etwa durch eine allein im Internet stattfindende Ergänzung aktuell gehalten. Dies gewährleistet eine eindeutige Zuordnung der einzelnen Sendungen oder Beiträge, die ihren Weg in das Internetangebot gefunden haben, sowohl zu dem jeweils im Programm gesendeten Beitrag als auch zu der jeweils einschlägigen Stufe des Verweildauerkonzepts.

2. Funktion und Gestaltung des Archivs

Der Nationale Hörfunk bietet originäre Text- und Audioarchive an, die dem aus § 11d Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 RStV folgenden Anspruch an dessen zeit- und kulturhistorischer Bedeutung gerecht werden. Die Programme des Deutschlandradios verfügen regelmäßig über zahlreiche mit hohem journalistischen Aufwand recherchierte und produzierte Sendungen und Beiträge zu Themen von großem und fortdauernden Allgemeininteresse. Dieser Fundus soll nicht verloren gehen. Aufwändige Hintergrund- und Erklärbeiträge zu Themen wie der Bankenkrise oder dem Rassismus sollen so lange zur Verfügung stehen, wie es ihre Aktualität erlaubt und wie sie nachgefragt werden.

Insbesondere die jüngere Generation nutzt das Internet aktiv und begreift es als Leitmedium, nicht nur als grundlegende Informationsquelle, sondern auch als dauerhafte thematische Orientierungshilfe und als Nachschlagewerk. Diesem Medienverhalten kommen gut sortierte, verschlagwortete und inhaltlich verlässliche Archive mit publizistisch auf Dauer relevanten Inhalten entgegen.

Zu diesem Konvolut gehören alle Beiträge von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur, die sich entweder durch tiefe dokumentarische Qualität auszeichnen, das Kriterium der publizistischen Nachhaltigkeit erfüllen oder sich durch eine deutlich überdurchschnittliche Gestaltungstiefe auszeichnen.

Mit der verlässlichen Archivierung leisten die beiden Programme des Nationalen Hörfunks einen wichtigen Beitrag zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft und ermöglichen somit breiten Nutzergruppen die Teilhabe an der Wissensgesellschaft. Zusätzlich zur individuellen Nutzung sind Archive dieser Art auch bei der schulischen und außerschulischen Bildung, für Schüler und Studenten, Historiker und Medienwissenschaftler unverzichtbar.

Archiv-Textbeiträge werden in einem gesonderten Bereich der Website angezeigt. Der Zutritt erfolgt über einen 0,5 x 1 cm großen Link. Durch einen Klick auf den Link wird eine Vorschaltseite aufgerufen, der Nutzer über den Archiv-Charakter der folgenden Beiträge informiert. Danach folgt eine Archiv-Übersichtseite, die mit dem Zusatz „Sendungsarchiv“ gekennzeichnet ist. Auf ihr werden die zehn zuletzt archivierten Beiträge mit Überschrift und Anrisstext und einem Link

auf den vollständigen Beitrag angeboten. Auf den Archiv-Übersichtsseiten wird der zuletzt archivierte Beitrag oben einsortiert, ältere Beiträge rutschen dadurch nach unten. Beiträge ab Position elf sind über eine Blätter-Funktion zu erreichen. Die Archivbeiträge werden separat von der zentralen Suche angeboten. Die Beiträge und Sendungen, die über das Archiv verfügbar sind, werden nicht Gegenstand inhaltlicher Änderungen.

VI. Zeitraum

Das Angebot in der vorstehend beschriebenen Konzeption soll bis auf Weiteres angeboten werden.

Alle geplanten Änderungen an und Ergänzungen zu dem Konzept, die ein neues oder verändertes Telemedienangebot darstellen und so die Voraussetzungen für eine Genehmigungspflicht nach den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags erfüllen, werden gemäß dem vorgeschriebenen Verfahren geprüft.

C. Beitrag zur Demokratie, zur Gesellschaft und zur Kultur

Das Telemedienangebot des Deutschlandradios entspricht seinem gesetzlichen Auftrag. Es leistet einen wertvollen Beitrag zur Befriedigung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft.

Ebenso wie die beiden Programme, auf welche sich das Telemedienangebot des Deutschlandradios bezieht, bieten auch die Telemedien jenen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen, zu welchem das Deutschlandradio gesetzlich beauftragt ist (§ 11 Abs. 1 RStV). Die Telemedien fördern die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern. Ihre Angebote dienen ebenso wie die Programme der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung. Das Telemedienangebot stützt sich dabei auf jene inhaltliche und journalistische Bandbreite, welche bereits die beiden Programme auszeichnet, die zu den publizistisch relevanten Themen unterschiedlichster Art jeweils umfassende Informationen anbieten.

Das Telemedienangebot des Deutschlandradios leistet eine Berichterstattung aus der bundesweiten publizistischen Perspektive. Auch dies folgt aus der Spiegelfunktion des Telemedienangebots, aufgrund dessen es an dem auf das gesamte Bundesgebiet bezogenen Auftrag des Deutschlandradios zur Veranstaltung nationaler Hörfunkprogramme teilnimmt. Auch für die Telemedien des Deutschlandradios gilt das Gebot, dass sich die journalistische Relevanz des einzelnen Beitrags stets mit Blick auf die Nutzer in ganz Deutschland zu erweisen hat. Eine nur dem Informationsbedürfnis der Nutzer einzelner Bundesländer oder Regionen dienende Berichterstattung unterbleibt.

Aufgrund der Spiegelfunktion teilen die Telemedien die publizistische Bedeutung der Programme; die Telemedien des Deutschlandradios tragen ebenso wie die beiden Hörfunkprogramme zu einer objektiven und unparteilichen Berichterstattung, zur Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit der Medien bei (§ 11 Abs. 2 RStV).

Das Telemedienangebot ermöglicht allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft; es achtet insbesondere die Bedürfnisse behinderter Menschen. Das Deutschlandradio nimmt das Gebot der Gleichbehandlung sehr ernst und hat seine Internetangebote barrierefrei gestaltet. Das Radio gehört vor allem für blinde und stark sehbehinderte Menschen zu den wichtigsten Informationsquellen, für viele ist es sogar die einzige Möglichkeit, am politischen und kulturellen Leben teilzunehmen. Die Möglichkeit, zeitlich unabhängig erneut auf gesendete Hörbeiträge zuzugreifen, ist für sie selbstverständlicher Bestandteil der Kommunikation mit ihrer Umwelt. Damit erfüllt das Telemedienangebot des Deutschlandradios die Vorgabe aus § 11d Abs. 3 RStV.

Die beiden Hörfunkprogramme des Deutschlandradios nehmen als verlässliche Marken in der Radiolandschaft eine hohe Glaubwürdigkeit für sich in Anspruch. Sie streben es an, den Hörerinnen und Hörern täglich aufs Neue eine Orientierung zu bieten. Indem das Telemedienangebot über die Möglichkeit des Nachlesens und Nachhörens eine Vertiefung sowie durch die Suchfunktion eine Verzahnung der Radiobeiträge ermöglicht, unterstützt es diese Orientierung und entspricht auch in dieser Hinsicht § 11d Abs. 3 RStV.

Demokratie funktioniert nur dann, wenn eine möglichst große Anzahl der Bürgerinnen und Bürger in der Lage ist, das Zeitgeschehen zu verstehen und an der Willensbildung teilzuneh-

men. Kultur braucht Wissen und Engagement, Gesellschaft Kohärenz. Ohne Information geht nichts. Hier haben die Medien ihre Aufgabe als Vermittler. Das gilt in herausgehobener Weise für solche Medien, die öffentlich-rechtlich organisiert sind.

Information, Bildung und Kultur als Kernelemente des öffentlich-rechtlichen Grundversorgungsauftrags bilden die inhaltlichen Schwerpunkte von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur. Beide Programme bieten ihren Hörerinnen und Hörern Materialien, die für ihre Behauptung als selbstverantwortliche und selbstbewusste Individuen im demokratischen Prozess nützlich sind. Dies geschieht durch sachkundige Sendungen aus allen Themengebieten und durch eine in den Sendungen dargebotene Vielfalt von Sichtweisen und Argumenten. Die Programme von Deutschlandradio dienen der Orientierung in einer komplizierter werdenden Welt und ermuntern zur Meinungsbildung.

Im Jahr 2008 gab Deutschlandradio die folgende Selbstverpflichtungserklärung ab:

„Deutschlandradio sichert die thematische Vielfalt und die publizistische und künstlerische Qualität seiner Angebote. Es nutzt Medienforschung und direkte Rückkoppelung mit der Hörerschaft, um flexibel und schnell auf die Interessen seiner anspruchsvollen Hörerschaft eingehen zu können.“

Ein klares, eindeutiges Kultur- und Informationsprofil ist für Deutschlandradio die Maxime bei der Gestaltung beider Programme. Die inhaltliche und gestalterische Vielfalt der Angebote gewährleistet Orientierung für die Hörerschaft in ihren Meinungsbildungsprozessen.

Der Internetauftritt dradio.de begleitet die Sendungen von Deutschlandradio Kultur und Deutschlandfunk. Indem er ihre Angebote sichert und ihre Verfügbarkeit erweitert, leistet er einen wichtigen Beitrag zu Demokratie, Gesellschaft und Kultur. Durch die Spiegelfunktion gibt er die gesamte thematische und inhaltliche Breite der beiden jeweils als Vollprogramm konzipierten Radioprogramme wieder. Dadurch wendet er sich an alle Bevölkerungsgruppen und ermöglicht diesen die Teilnahme an der Informationsgesellschaft.

D. Beitrag zum publizistischen Wettbewerb

In der Hörfunklandschaft Deutschlands ist Deutschlandradio „unique“. Es hat einen bundesweiten Programmauftrag und ist – per Gesetz – werbefrei. Der Internetauftritt dradio.de, ebenso die jeweils auf eine einzige Sendung bezogenen Angebote broadband-online.de und kakadu.de, begleitet die Vollprogramme Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur.

Das bedeutet: Das Internetangebot enthält viele Nachrichten, ist aber keinesfalls ein Nachrichtenportal. Genauso wenig ist es etwa ein Unterhaltungsportal, da es die Sendungen der Deutschlandradioprogramme begleitet und diese ihren Schwerpunkt in Information, Bildung und Kultur haben. Ebenso wie die On-air-Programme wird das Internet gezielt aufgesucht und erreicht kein Massenpublikum. Es sind überwiegend formal besser Gebildete, die das Telemedienangebot des Deutschlandradios nutzen, um ihr besonderes Interesse an Information, Bildung und Kultur zu befriedigen.

Den publizistischen Wettbewerb bereichert dradio.de vor allem dort, wo die Programme ihre Akzente setzen: Durch die Spiegelung der Programme trennt dradio.de ebenso wie die beiden Radioprogramme Wichtiges vom Beiläufigen, analysiert, orientiert. Ob es sich um Politik oder Kunst, Wirtschaft oder Wissenschaft handelt – es sind die Hintergrundberichte, die Beiträge zum Denken und Nachdenken, die die Marke Deutschlandradio prägen und analog den Web-Auftritt von Deutschlandradio charakterisieren.

Deutschlandradio besitzt den Auftrag zur Hörfunk-Berichterstattung aus der nationalen Perspektive. Die enge Bindung des Telemedienangebots an die beiden Hörfunkprogramme erstreckt diesen Auftrag faktisch auf die Internetangebote. Durch diese publizistische Ausrichtung unterscheiden sich die Telemedien des Deutschlandradios von den Angeboten anderer Hörfunkveranstalter.

Die Inhalte des Internetangebots von Deutschlandradio werden in Text und Ton dargeboten und nur unterstützend mit visuellen Inhalten versehen. Sie unterscheiden sich darin von den Angeboten all jener publizistischen Wettbewerber, die das stehende oder bewegte Bild als maßgeblichen Teil ihres Auftritts begreifen.

Die im Internet-Auftritt gespiegelten Radiobeiträge sind in dieser Zusammenstellung und mit der beschriebenen bundesweiten publizistischen Ausrichtung allein im Telemedienangebot des Deutschlandradios vorhanden. Ein ähnliches auf die Wiedergabe von Hörfunksendungen beschränktes und dennoch thematisch umfassendes Telemedienangebot gibt es in Deutschland nicht.

E. Finanzieller Aufwand

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 in KEF-Berichten vergleichbar sind.

Für die Finanzierung des bestehenden Telemedienangebots werden in der laufenden Gebührenperiode keine zusätzlichen Gebührengelder bereitgestellt, es entsteht also kein zusätzlicher Finanzbedarf. Darüber hinaus hat sich Deutschlandradio verpflichtet, für das bestehende Telemedienangebot auch in der kommenden Gebührenperiode keine zusätzlichen Mittel, die über die übliche Bestandsfortschreibung hinausgehen, anzumelden.

Die Telemedienkosten für Deutschlandradio betragen nach den zugrundeliegenden Kriterien der KEF für die Gebührenperiode 2009 bis 2012 insgesamt 8.923.000 €. Sie belaufen sich im Jahr 2009 auf 2.076.000 €, im Jahr 2010 auf 2.208.000 €, 2011 auf 2.284.000 € und im Jahr 2012 2.355.000 €. Sie beziehen nach den KEF-Kriterien neben den Kosten für die Erstellung des Internet-Auftritts dradio.de die Aufwendungen für Tele- und Radiotext (inklusive EPG) ein.

In den Telemedienkosten enthalten sind die Aufwendungen für Personal, die Fremdleistungen, hier insbesondere die Umsetzung des Internet-Auftritts durch die von Deutschlandradio beauf-

tragte Deutschlandradio Service GmbH, die Summe der Abschreibungen, die Raumkosten, die Rechtekosten (inklusive der Onlinevergütungen) und die Verbreitungskosten (ohne Livestreamkosten).

Die Telemedienkosten für die Gebührenperiode 2009 bis 2012 entsprechen den genehmigten Mitteln durch die KEF. In der Gesamtsumme wendet Deutschlandradio im Verhältnis zu seinen gesamten Aufwendungen weniger als ein Prozent für Telemedien auf.