

**Beschluss
über die Genehmigung des
Telemedienkonzepts
KiKA Telemedien**

Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks

Leipzig, 05. Dezember 2016

Inhalt

I	ENTSCHEIDUNG	3
II	BEGRÜNDUNG	6
A	Zusammenfassung	6
B	Sachverhalt	8
1	Vorbemerkung	8
2	Prüfungsgegenstand: Inhalte des Angebots	8
	2.1 Zielgruppe	8
	2.2 Inhalt und Ausrichtung	8
	2.3 Verweildauer	10
3	Verfahren	11
	3.1 Rechtlicher Rahmen	11
	3.2 Gang des Verfahrens	11
	3.2.1 Organisation des Verfahrens.....	11
	3.2.2 Veröffentlichung des Telemedienkonzepts	12
	3.2.3 Stellungnahmen Dritter	12
	3.2.4 Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen	12
	3.2.5 Kommentierung durch die Intendantin	13
	3.2.6 Weitere Sachverhaltsermittlung	13
	3.2.7 Mitberatung in den Gremien der ARD und des ZDF	14
	3.2.8 Modifizierung des Telemedienkonzepts	14
	3.2.9 Beratungen des MDR-Rundfunkrats	15
4	Verfahrensrügen	16
C	Materielle Prüfung der Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV	19
1	Erste Stufe: Entspricht das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft?	19
	1.1 Kein Verstoß gegen gesetzliche Ge- und Verbote	19
	1.1.1 Einhaltung der gesetzlichen Verweildauerregelung nach § 11d Abs. 2	19
	1.1.2 Journalistisch-redaktionelle Gestaltung und Veranlassung	21
	1.1.3 Kein nicht-sendungsbezogenes presseähnliches Angebot.....	22
	1.1.4 Kein Verstoß gegen Negativliste.....	23
	1.1.5 Keine flächendeckende lokale Berichterstattung.....	27
	1.1.6 Kein Verstoß gegen das Werbe- und Sponsoringverbot.....	27
	1.1.7 Kein Abruf angekaufter Spielfilme und Serien.....	28
	1.1.8 Sonstige rechtliche Regelungen	28

1.2	Allgemeine und telemedienspezifische Anforderungen des RStV	29
2	Zweite Stufe: In welchem Umfang trägt das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei?	45
2.1	Marktliche Auswirkungen des Angebots	45
2.2	Publizistischer Beitrag von KiKA Telemedien	48
2.2.1	Bestimmung des publizistischen Wettbewerbs.....	48
2.2.2	Bewertung des publizistischen Beitrags	51
2.2.3	Publizistische Bestimmung / Begründung der Verweildauerfristen	65
2.3	Bewertung des publizistischen Nutzens (Abwägung)	69
3	Dritte Stufe: Welcher finanzielle Aufwand ist für das Angebot erforderlich?	73
4	Gesamtabwägung	76

I ENTSCHEIDUNG

Der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks stellt fest, dass das im Telemedienkonzept „KiKA Telemedien“ beschriebene Angebot den Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 des Rundfunkstaatsvertrags (RStV) entspricht und das Angebot vom Auftrag umfasst ist. Daher genehmigt der MDR-Rundfunkrat das Telemedienkonzept „KiKA Telemedien“ in der Fassung vom 28.10.2016.

Hinsichtlich der Umsetzung des Telemedienkonzepts spricht der MDR-Rundfunkrat folgende Erwartungen aus:

1. **Drittplattformaktivitäten** soll in erster Linie das Ziel zugrunde liegen, zusätzliche Nutzer zu erreichen und an die KiKA-eigenen Angebote zu binden. Hierbei ist auf ein deutliches Branding von auf Drittplattformen veröffentlichten Inhalten des KiKA zu achten.

Dem Anspruch des KiKA, einen vertrauenswürdigen Schutzraum für Kinder anzubieten, ist auch bei Aktivitäten auf Drittplattformen Rechnung zu tragen. Der KiKA hat daher bei seinen Auftritten auf Drittplattformen Vorkehrungen zum Schutz der Nutzer zu treffen, um Werbefreiheit und eine Angemessenheit der Inhalte soweit möglich sicherzustellen. Bei dem Einsatz von Verlinkungen zu externen Angeboten ist sicherzustellen, dass Kinder nicht auf problematische Inhalte stoßen. Aktivitäten auf Drittplattformen sind redaktionell angemessen zu begleiten und zu betreuen.

Beim Einsatz von Drittplattformen sollte ein Hinweis auf mögliche Datenschutzprobleme bzw. eine Warnung vor Preisgabe persönlicher Informationen erfolgen.

Mit Blick auf zukünftige Entwicklungen und das besondere Schutzbedürfnis der Zielgruppe erwartet der MDR-Rundfunkrat stets ein sorgfältiges Abwägen aller relevanten Aspekte, die für oder gegen einen Einsatz einer bestimmten Drittplattform sprechen. Die Erfüllung des Integrationsauftrages ist hierbei ausreichend zu berücksichtigen.

Dem MDR-Rundfunkrat obliegt die Aufsicht auch über alle vom KiKA auf Drittplattformen veröffentlichten Inhalte. Er ist regelmäßig über den Einsatz von Drittplattformen zu informieren.

2. Bei der Ausgestaltung **personalisierter Angebote** ist strikt darauf zu achten, dass dem Integrationsauftrag hinlänglich Rechnung getragen wird, indem gesellschaftlich relevante, bildende und zur Meinungsbildung beitragende Inhalte unabhängig von persönlichen Vorlieben allen Nutzern zur Verfügung gestellt werden. Auf einen ausreichenden Datenschutz ist mit Blick auf die Schutzbedürftigkeit der Zielgruppe bei personalisierten Angeboten besonderes Augenmerk zu legen.
3. Der MDR-Rundfunkrat fordert weiterhin nachdrücklich eine Harmonisierung der **Verweildauer von Kinderangeboten innerhalb der ARD**. Zur Berücksichtigung der besonderen Bedürfnisse von Kindern sollte hierbei eine möglichst lange Verweildauerfrist angestrebt werden.
4. Der MDR-Rundfunkrat erwartet den weiterhin konsequenten **Ausbau des barrierefreien Angebots**.

5. Der MDR-Rundfunkrat ist über alle **Weiterentwicklungen** des Angebots frühzeitig in Kenntnis zu setzen, auch wenn es sich lediglich um den Ausbau des bestehenden Angebotes bzw. die Ausschöpfung von Entwicklungsmöglichkeiten handelt. Maßgeblich für die Beurteilung, ob es sich um ein neues oder verändertes Angebot handelt, sind dabei die im ARD-Genehmigungsverfahren definierten Aufgreifkriterien (Ziff. I Abs. 2).
6. Der MDR-Rundfunkrat ist über die **Verteilung des finanziellen Aufwands** auf die verschiedenen (Produkt-)Bereiche der KiKA Telemedien regelmäßig zu informieren.

Zur Herstellung der Genehmigungsvoraussetzungen hielt der Telemedienausschuss des MDR-Rundfunkrats mehrere Konkretisierungen des Telemedienkonzepts für erforderlich. Der Rundfunkratsvorsitzende sowie die Vorsitzende des Telemedienausschusses haben die Intendantin mit Schreiben vom 17.10.16 über die Hinweise des Telemedienausschusses informiert. Dies hat die Intendantin zum Anlass genommen, das Telemedienkonzept in mehreren Punkten zu modifizieren:

1. Beschreibung der Maßnahmen zur Gewährleistung eines bestmöglichen Schutzes von Kindern bei Nutzung von KiKA-Inhalten auf Drittplattformen.
2. Ausführungen in Bezug auf personalisierte Angebote zur Erfüllung des Integrationsauftrages.
3. Ergänzungen zum Datenschutz (aktualisierte Leitlinie der Datenschutzbeauftragten).
4. Erläuterungen zum Einsatz von Highscore-Anbindungen bei Spielen.

Gegenstand der Entscheidung des MDR-Rundfunkrats ist das Telemedienkonzept in der von der Intendantin entsprechend abgeänderten Fassung vom 28.10.2016.

II BEGRÜNDUNG

A Zusammenfassung

Das Telemedienkonzept KiKA Telemedien beschreibt das Angebot ausreichend konkret. Auf Empfehlung des Telemedienausschusses des MDR-Rundfunkrats hat die Intendantin das Konzept in einigen Punkten weiter konkretisiert. Auf Nachfrage wurden dem MDR-Rundfunkrat weiterführende Erläuterungen vorgelegt. Durch die Integration der einzelnen KiKA-Angebote in ein Gesamtkonzept können die Teilangebote auf einem einheitlichen Entwicklungsstand gehalten werden und wechselseitige Verknüpfungen und Überschneidungen zwischen den Angeboten stärker berücksichtigt werden. Ein allgemeiner Entwicklungskorridor innerhalb des Telemedienkonzepts ist zulässig. Für das Vorliegen eines neuen oder veränderten Angebots sind die in den Verfahrensregeln definierten Aufgreifkriterien maßgeblich.

Das Telemedienkonzept verstößt gegen keine Ge- oder Verbote des RStV. Das Angebot ist journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet. Das Angebot ist nicht presseähnlich gestaltet. Der MDR-Rundfunkrat konnte keine Verstöße gegen die Negativliste feststellen. Das Werbe- und Sponsoringverbot findet auch auf vom KiKA auf Drittplattformen veröffentlichte Inhalte Anwendung.

Das Angebot entspricht demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft. Der MDR-Rundfunkrat stellt ein Bedürfnis nach einem zielgruppen-gerechten und ansprechenden Onlineangebot für Kinder fest, das speziell auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausgerichtet ist und die Aneignung notwendiger Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medien unterstützt. Die Weiterentwicklung von KiKA Telemedien zu einem zeitgemäßen, den Bedürfnissen der Nutzer und den Möglichkeiten des Mediums entsprechenden und über unterschiedliche Verbreitungskanäle zugänglichen Angebot ist zwingend erforderlich, um die Zielgruppe auch zukünftig erreichen zu können. Das Angebot KiKA Telemedien ist geeignet, Orientierungshilfe zu leisten, fördert die Teilhabe Aller an der Informationsgesellschaft und trägt auf vielfältige Weise zur Vermittlung von Medienkompetenz bei. Auch personalisierte Angebote, Inhalte auf Drittplattformen und App-Angebote sind grundsätzlich vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst. Sie tragen dazu bei, eine ausreichende Akzeptanz von KiKA Telemedien auch in Zukunft zu gewährleisten und Nutzer anzusprechen, die anderweitig von den Inhalten des KiKA nicht erreicht werden können. Ein bestmöglicher Schutz der Nutzer ist hierbei sicherzustellen. Bei der Ausgestaltung personalisierter Angebote ist zudem darauf zu achten, dass die inhaltliche Breite an gesellschaftlich relevanten Inhalten des KiKA erhalten bleibt, so dass KiKA Telemedien auch in Zukunft ein Forum für die öffentliche Meinungsbildung darstellen.

Das Angebot leistet einen positiven Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht und trägt zur Meinungsbildung bei. Die zu erwartenden marktlichen Auswirkungen auf private Wettbewerber durch eine Weiterentwicklung von KiKA Telemedien und Anpassung des Verweildauerkonzepts sind insgesamt als geringfügig und nicht gravierend zu bewerten. Das Verweildauerkonzept ist publizistisch begründet und nachvollziehbar. Eine längere Verweildauer trägt nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats dem öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrag Rechnung. Der MDR-Rundfunkrat begrüßt auch die Ankündigung, die Verweildauermöglichkeiten

bestmöglich auszuschöpfen. Eine Harmonisierung der bisher unterschiedlichen Verweildauerregelungen der KiKA-Angebote wird befürwortet, allerdings sieht der MDR-Rundfunkrat hier auch innerhalb der ARD noch weiteren Harmonisierungs- und Handlungsbedarf. Das zusätzlich vom MDR-Rundfunkrat in Auftrag gegebene „Gutachten im Rahmen des Drei-Stufen-Tests zum qualitativen Beitrag von ‚KiKA-Telemedien‘ zum publizistischen Wettbewerb“ kommt zu dem Ergebnis, dass KiKA Telemedien bei Umsetzung in der beschriebenen Qualität „einen wichtigen Beitrag zur Vielfaltssicherung“ leisten. Insgesamt sind KiKA Telemedien nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats ein qualitativvolles Angebot und auf Basis der untersuchten Qualitätsmerkmale geeignet, die mit dem Telemedienkonzept verbundenen Ziele zu erreichen. Der KiKA will mit seinem Angebot als verbindende Instanz zwischen den einzelnen Nutzern und der Gesellschaft agieren und Orientierung bei der Suche nach verlässlichen Informationen bieten. Zudem will der KiKA die soziale, emotionale und kognitive Entwicklung seiner Nutzer fördern und implizit Werte vermitteln. Außerdem soll das Angebot Medienkompetenz fördern und einen geschützten Raum für Kinder bieten. Zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats steht fest, dass das Telemedienangebot KiKA Telemedien durch seine Themenbreite, -tiefe und -vielfalt, die kindgerechte Behandlung aktueller gesellschaftlicher, politischer und sensibler Themen, seine pädagogische Ausrichtung und die umfassende Förderung von Medienkompetenz einen wesentlichen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht leistet. Das Angebot KiKA Telemedien ist meinungsbildend, indem es durch Inhalte nahe an der Lebenswirklichkeit der Nutzer dazu beiträgt, Kinder zu vielseitig interessierten, urteils- und kritikfähigen Bürgern der Gesellschaft zu erziehen, die ein Verständnis auch für andere Völker, Religionen oder Kulturen aufbringen.

Der finanzielle Aufwand ist für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags erforderlich. Der MDR-Rundfunkrat stellt keine Anzeichen für eine Überkompensierung der vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfassten Aufgaben fest. Der finanzielle Mehrbedarf ist angesichts der geplanten funktionalen und inhaltlichen Vertiefung und Erweiterung des Telemedienangebots plausibel und nachvollziehbar. Angesichts der zunehmenden Bedeutung eines zeit- und ortssouverän verfügbaren, qualitativ hochwertigen, zielgruppenadäquaten Telemedienangebots ist der finanzielle Aufwand nicht unverhältnismäßig.

B Sachverhalt

1 Vorbemerkung

Gegenstand des Drei-Stufen-Test-Verfahrens ist das von der Intendantin zur Genehmigung vorgelegte Telemedienkonzept¹. Im Rahmen der nachlaufenden Programmkontrolle überprüft der MDR-Rundfunkrat den Vollzug des Telemedienkonzeptes sowie die Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben des realisierten Angebots und befasst sich mit Beschwerden zum Angebot.

2 Prüfungsgegenstand: Inhalte des Angebots

2.1 Zielgruppe

Gemäß Telemedienkonzept richtet sich das Angebot an Kinder zwischen drei bis 13 Jahren. Darüber hinaus werden auch Eltern und Pädagogen angesprochen. Es gibt hinsichtlich Aufbau und Struktur keine explizite Unterscheidung zwischen Teilzielgruppen. Inhalte sollen ihre Alterszielgruppe über die inhaltliche Ansprache finden. Einzelne Angebotsbestandteile richten sich entsprechend der noch nicht vorhandenen Lese- und Schreibkompetenz eher an Vorschüler.²

2.2 Inhalt und Ausrichtung

Laut Telemedienkonzept bieten KiKA Telemedien werbefreie, kindgerecht und interaktiv aufbereitete multimediale Inhalte, die informieren, bilden, beraten und unterhalten sollen. Das Angebot diene als „sicherer Raum“, von dem aus das Internet spielerisch erkundet und Medienkompetenz erworben werden kann. Die Funktionalität des Angebots sei selbsterklärend und die Navigation altersgerecht strukturiert. Teilweise werde das Angebot auditiv-visuell geführt. Die Entwicklung neuer Steuerungsoptionen über Sprache und Gesten werde angestrebt. Das Angebot sei mit allen vorhandenen ARD- und ZDF-Kinderangeboten verknüpft.

Bei der Ausspielung von Inhalten soll der für Zielgruppe und Nutzungssituation relevanteste Ausspielweg zuerst bedient werden. Inhalte sollen netzspezifisch konfektioniert werden. Dabei kommen gemäß Telemedienkonzept verschiedene **Darstellungsformen** zum Einsatz:³

- Video on demand: Die linearen KiKA-Bewegtbildinhalte sowie Ergänzungen sollen live, on demand oder als Download angeboten werden. Dabei würden z. T. Geolocation-Technologien eingesetzt. Für verschiedene Altersgruppen würden differenzierte Inhalte und Formen angeboten (Vorschüler, Grundschüler, Preteens). Mit Ausnahme des Vorschulportals kikaninchen.de erfolge keine strukturelle Trennung nach Teilzielgruppen.
- Online-first / online-exklusive Inhalte: Ganze Sendungen bzw. deren Bestandteile sollen bereits vor der linearen Ausstrahlung im Netz verfügbar sein. Zudem sollen

¹ Im Folgenden kurz: TMK.

² Vgl. TMK, S. 5f.

³ Vgl. TMK, S. 25ff.

Inhalte, die nicht unverändert im Netz abgebildet werden können, sowie originär für die nonlineare Nutzung produzierte Inhalte angeboten werden.

- Livestreams sollen bereits vor Sendungsbeginn im Netz angeboten werden können, aber auch lineare Sendungen telemedial verlängern. Zudem sollen anlassbezogene, online-exklusive Livestreams angeboten werden, wobei in der Regel ein inhaltlicher Bezug zum linearen Programm bestehe.
- Multimedia: In Form eines sog. multimedialen Storytellings würden Features mit interaktiv verbundenen Text-, Foto-, Video-, Audio- und Animationselementen beispielsweise im fiktionalen und dokumentarischen Bereich entwickelt. Möglichkeiten der Verlängerung und Ergänzung von Inhalten würden z.B. durch multimediale Erzählformen, Augmented Reality oder geospezifische Nutzungsmöglichkeiten erreicht.
- Musik und Audio: Audio-Dateien sollen zum Abruf oder entsprechend der rundfunkstaatsvertraglich zulässigen Möglichkeiten zum kostenlosen Download angeboten werden. Auditive Figuren und Steuerungselemente sollen der Hilfe und Führung bei der Nutzung des Angebots dienen. Daneben sollen Texte (z.B. Blogs), Fotos (zur Bebilderung von Inhalten und Texten), Grafiken, Zahlen und Animationen (Datenjournalismus) angeboten werden. Inhalte aus sozialen Medien und weiteren Drittplattformen sollen in das Angebot eingebunden werden.

Spiele seien sendungsbezogen und dienen der Medienerziehung und Bildung (Entwicklung von Ich-, Sozial-, Sach- und Methodenkompetenz, Sprache und Logik, Förderung sinnlicher Wahrnehmung, musischer Talente, Bildung und Wissen). Alle Spiele sollen eine angemessene Dauer aufweisen und zur aktiven Beteiligung und Gestaltung anregen. Viele Spiele böten eine einfache Highscore-Anbindung. Apps und mobile Spieleanwendungen seien auf die technischen Möglichkeiten mobiler Endgeräte zugeschnitten.

KiKA biete **Anregungen zum Selber- oder Mitmachen** (Mal- und Bastelsets, Rezepte, Mitmachaktionen, Stunden-/Ferienpläne, Adventskalender, Bewerbungsbögen).

Die **KiKA-Community** ermögliche den Nutzern einen begleiteten Einstieg in die sozialen Medien. Zur Nutzung sei eine Registrierung der Kinder und schriftliche Einverständniserklärung der Eltern erforderlich. Veröffentlicht würden Inhalte nach redaktioneller Vorab-Kontrolle.

Daneben böten KiKA Telemedien **Sendungsinformationen** (Programmorschau, Sendungsdatenbank, Programmarten) und ein **Angebot für Erwachsene**, welches sich an Eltern, Pädagogen und Medieninteressierte wende und diese bei der Begleitung der kindlichen Onlinenutzung unterstützen soll.

KiKA Telemedien beinhalten zudem ein **Teletext- und HbbTV-Angebot** mit Programm- und Hintergrundinformationen wie Nachrichten, Service oder medienpädagogischen Inhalten sowie Untertitel für Hörgeschädigte. Angestrebt werde eine Digitalisierung und Modernisierung des Angebots (Digitaltext) und Weiterentwicklung von HbbTV (Integration interaktiver Features, zeitgenaue oder eventbasierte Sendebegleitung, Tools für Barrierefreiheit).

Geplant seien auch **Anwendungen für mobile Endgeräte**. Apps könnten für spezielle Funktionen (z.B. KiKA-Community), für einzelne Programmarten und Erlebniswel-

ten (z.B. KiKANiNCHEN), für bestimmte Themen, Ereignisse, Events oder KiKA Telemedien gesamt entwickelt werden.

Teile der inhaltlichen Angebote und Angebotelemente sollen entsprechend technischer und urheberrechtlicher Möglichkeiten auch auf **Drittplattformen** oder sozialen Netzwerken angeboten werden. Umgekehrt sollen Funktionalitäten von Drittplattformen sowie Drittinhalte in das KiKA-Angebot eingebunden werden.

Bereitgestellt werden sollen auch **Serviceinformationen, Verlinkungen** zu ARD-/ZDF-Inhalten, pädagogischen Institutionen und aus sendungsbezogenen Anlässen und zur Vertiefung eines Themas Verlinkungen zu weiteren Internetangeboten.

Durch verschiedene Formen der **Interaktivität und Kommunikation** sollen Partizipation, Selbstverwirklichung, Selbsta Ausdruck und Selbstdarstellung in einem geschützten Raum ermöglicht werden.

Vorgesehen sind auch Möglichkeiten der **Personalisierung** des Angebots. Um das Risiko einer Fragmentierung und Desintegration der Gesellschaft zu vermeiden, sollen auf der Grundlage redaktionell betreuter Regelwerke Inhalte, die für den öffentlich-rechtlichen Auftrag besonders relevant sind, unabhängig von individuellen Präferenzen allen Nutzern zur Verfügung gestellt werden. Ohne Personalisierung könne auf ein Standard-Angebot zurückgegriffen werden. Auf die Vorgaben des Datenschutzes bei der Ausgestaltung personalisierter Angebote werde besonders geachtet.

In Bezug auf den **Datenschutz** folge der KiKA den Prinzipien der Datensparsamkeit und Datenvermeidung, eine Erfassung des einzelnen Nutzers sei auszuschließen. Auf kindgerechte Weise sollen die Nutzer über Datenschutzaspekte aufgeklärt werden.

KiKA Telemedien sollen auf allen relevanten Plattformen angeboten werden und mit Hilfe eines responsiven Designs auf allen Systemen und Endgeräten **erreichbar** sein. Gearbeitet werden soll auch an einer stetigen Verbesserung der **Barrierefreiheit**. Inhaltlich, gestalterisch und technisch will der KiKA das Angebot **stetig weiterentwickeln**.⁴

2.3 Verweildauer

Alle Inhalte sollen laut Telemedienkonzept **grundsätzlich bis zu zwei Jahre** vorgehalten werden können. Die konkrete Festlegung erfolge fallspezifisch nach rechtlichen, journalistischen und planerischen Kriterien. Ziel sei eine vollständige Ausschöpfung der möglichen Verweildauer. Die Verweildauer beginne immer mit der Ausstrahlung im linearen Programm. Gebe es keinen linearen Ausstrahlungstermin, beginne die Verweildauer mit der Veröffentlichung im digitalen Angebot.

Grundlegende Informationen (Programmauftrag, Rundfunkbeitrag, Empfangbarkeit usw.) für die Rundfunkteilnehmer würden ohne zeitliche Begrenzung angeboten.⁵

⁴ Vgl. zu Inhalt und Ausrichtung TMK, S. 25-40.

⁵ Vgl. TMK, S. 41f.

3 Verfahren

3.1 Rechtlicher Rahmen

ARD und ZDF werden nach dem Brüsseler Beihilfekompromiss vom 24.04.07 dazu verpflichtet, neue oder wesentlich veränderte Telemedienangebote einem sogenannten Drei-Stufen-Test zu unterziehen. Dabei haben sie gegenüber ihren zuständigen Gremien darzulegen, dass das Angebot vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst ist.

Diese Vorgaben werden in § 11f des Rundfunkstaatsvertrags⁶ näher konkretisiert. Danach sind in dem Drei-Stufen-Test Aussagen darüber zu treffen,

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

Die Bestimmungen des 12. RÄStV zur Durchführung des Drei-Stufen-Tests wurden in der von der Gremiovorsitzendenkonferenz der ARD⁷ am 25.11.08 gebilligten und am 20.04.09 vom MDR-Rundfunkrat verabschiedeten Satzung „ARD-Genehmigungsverfahren für neue oder veränderte Gemeinschaftsangebote von Telemedien“ (kurz: ARD-Genehmigungsverfahren) weiterführend regelt.

3.2 Gang des Verfahrens

3.2.1 Organisation des Verfahrens

Der MDR-Rundfunkrat betraut den Telemedienausschuss als zuständigen Unterausschuss mit der organisatorischen und inhaltlichen Vorbereitung und Vorberatung von Entscheidungsvorlagen im Rahmen von Drei-Stufen-Test-Verfahren. Entsprechend wurde auch die vorliegende Entscheidungsbegründung vom Telemedienausschuss vorbereitet. Vertreter der Operative des MDR bzw. des KiKA waren an der Erstellung der Vorlage nicht beteiligt.

Die Beratungen des Telemedienausschusses zum Thema Drei-Stufen-Test fanden grundsätzlich ohne Vertreter der Operative des MDR bzw. des KiKA statt.⁸ Die Vorsitzende des Telemedienausschusses informierte in den Sitzungen des MDR-Rundfunkrats regelmäßig über den aktuellen Stand des Verfahrens.

Die im Laufe des Verfahrens vorgelegten Unterlagen sind für die Mitglieder des MDR-Rundfunkrats elektronisch über einen sogenannten Sharepoint abrufbar. Alle Rundfunkratsmitglieder haben eine Vertraulichkeitserklärung zur Wahrung von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen unterzeichnet. Im Rahmen der Möglichkeit zur Stellungnahme Dritter zugewandene und als solche gemäß Ziff. II Abs. 3 S. 4 ARD-Genehmigungsverfahren gekennzeichnete Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse Dritter

⁶ Im Folgenden kurz: RStV.

⁷ Im Folgenden kurz: GVK.

⁸ Für eine inhaltliche Vertiefung bestimmter Fragestellungen wurden zu einzelnen Tagesordnungspunkten Vertreter des KiKA als Gäste in den Telemedienausschuss eingeladen.

sind gesondert, für Vertreter der MDR- und KiKA-Operative unzugänglich und nicht elektronisch aufzubewahren.

3.2.2 Veröffentlichung des Telemedienkonzepts

Die Intendantin des Mitteldeutschen Rundfunks legte dem MDR-Rundfunkrat am 02.11.15 das Telemedienkonzept „KiKA Telemedien“ vor, woraufhin das Drei-Stufen-Test-Verfahren eröffnet wurde. Das Telemedienkonzept wurde am 04.11.15 auf der Internetseite des MDR-Rundfunkrats veröffentlicht, zudem wurde per Pressemitteilung über die Einleitung des Drei-Stufen-Tests informiert.

3.2.3 Stellungnahmen Dritter

Der MDR-Rundfunkrat forderte Dritte auf seiner Internetseite sowie durch eine parallel veröffentlichte Pressemitteilung dazu auf, in der Zeit vom 04.11.15 bis zum 04.01.16 Stellung zum Telemedienkonzept KiKA Telemedien zu nehmen. Beim MDR-Rundfunkrat gingen Stellungnahmen folgender Institutionen bzw. Personen ein:

- Mediengruppe RTL Deutschland GmbH (MG RTL)
- Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT)
- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV) und Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ)
- Dr. Volker Ralf Grassmuck (Eingang nach Fristablauf⁹).

Keine beim MDR-Rundfunkrat eingegangene Stellungnahme enthält als solche gekennzeichnete Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse.

Der Rundfunkratsvorsitzende leitete die eingegangenen Stellungnahmen Dritter gemäß Ziff. II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren am 06.01.16 an die Intendantin des Mitteldeutschen Rundfunks zur Kommentierung weiter. Dem marktlichen Gutachter wurden die Stellungnahmen am 06.01.16 ebenfalls übermittelt. Der GVK wurden die Stellungnahmen am 18.01.16 zur Verfügung gestellt.

Anmerkung:

Der VPRT verweist in seiner Stellungnahme ergänzend auf seine früheren Stellungnahmen zu den KiKA-Angeboten sowie auf seine aktuelle Position im Rahmen des offenen Konsultationsverfahrens zum „Jugendangebot von ARD und ZDF“.

Zur Vermeidung von Wiederholungen verweist der MDR-Rundfunkrat bezüglich seiner Beratung zu den früheren Stellungnahmen des VPRT grundsätzlich auf seine vorherigen Beschlüsse über die Genehmigung der diversen Telemedienkonzepte des KiKA. Aus der Stellungnahme des VPRT ist nicht ersichtlich, welche in dessen Positionspapier zum Jungen Angebot vorgebrachten Argumente konkret auf das hier vorliegende Verfahren Anwendung finden sollen.

3.2.4 Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen

Bei der Prüfung der sogenannten 2. Stufe sind gemäß § 11f Abs. 4 RStV u. a. die marktlichen Auswirkungen des zu prüfenden Angebots zu berücksichtigen. Hierzu ist nach §

⁹ Der Verfasser wurde über die Verfristung in Kenntnis gesetzt und darüber informiert, dass seine Stellungnahme soweit vom Verfahrensstand möglich Berücksichtigung findet.

11f Abs. 5 S. 4 RStV vom zuständigen Aufsichtsgremium gutachterliche Beratung hinzuzuziehen.

Der MDR-Rundfunkrat führte vom 04.11.15 bis 19.11.15 ein nichtförmliches Interessenbekundungsverfahren für die Beauftragung eines marktökonomischen Gutachters durch. Nach Auswertung der eingereichten Unterlagen sowie persönlicher Vorstellung der Gutachter am 30.11.15 im Telemedienausschuss des MDR-Rundfunkrats entschied sich der MDR-Rundfunkrat in seiner Sitzung am 08.12.15 für eine Beauftragung des Unternehmens Goldmedia GmbH Strategy Consulting. Der Name des Gutachters wurde auf der Internetseite des MDR-Rundfunkrats bekannt gegeben.

Das Gutachten ging beim MDR-Rundfunkrat am 29.01.16 ein und wurde dem Telemedienausschuss des MDR-Rundfunkrats am 22.02.16 präsentiert. Das finale Gutachten wurde dem MDR-Rundfunkrat am 29.02.16 übermittelt.¹⁰

Der Vorsitzende des Rundfunkrats leitete das marktliche Gutachten gemäß Ziff. II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren am 02.03.16 an die Intendantin des Mitteldeutschen Rundfunks zur Kommentierung sowie am 08.03.16 an die GVK weiter.

3.2.5 Kommentierung durch die Intendantin

Die Intendantin des Mitteldeutschen Rundfunks hat gemäß Ziff. II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren die Gelegenheit, die eingegangenen Stellungnahmen und das marktliche Gutachten zu kommentieren. Insbesondere wird ihr hierdurch die Möglichkeit gegeben, auf Basis der eingegangenen Stellungnahmen bzw. der Ergebnisse des marktlichen Gutachtens das Telemedienkonzept zu modifizieren.

Mit Schreiben vom 31.03.16 übergab die Intendantin dem MDR-Rundfunkrat ihre Kommentierung der Stellungnahmen und des marktlichen Gutachtens. Die Kommentierung wurde am 04.04.16 an die GVK übermittelt.

3.2.6 Weitere Sachverhaltsermittlung

Der MDR-Rundfunkrat richtete am 25.02.16 sowie am 18.03.16 diverse Nachfragen zum Verfahrensgegenstand an die Intendantin. Diese wurden mit Schreiben vom 09.03.16 und 12.04.16 beantwortet. In der Sitzung des Telemedienausschusses am 29.08.16 wurde ein Mitarbeiter des KiKA um weiterführende Erläuterungen zu diversen inhaltlichen Aspekten des Angebots gebeten.

Der MDR-Rundfunkrat verständigte sich am 07.03.16 darauf, eine zusätzliche Expertise zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien zum publizistischen Wettbewerb in Auftrag zu geben und betraute den Telemedienausschuss mit der Auswahl eines geeigneten Gutachters. Dieser entschied sich in seiner Sitzung am 14.03.16 für die Universität Halle unter der Projektleitung von Dr. Susanne Vollberg. Die Ergebnisse der Analyse wurden dem MDR-Rundfunkrat am 11.05.16 übergeben und dem Telemedienausschuss am 30.05.16 persönlich vorgestellt. Die finale Fassung des Gutachtens wurde dem MDR-

¹⁰ Goldmedia GmbH Strategy Consulting: Wettbewerbsökonomisches Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen KiKA-Telemedien, 29.02.2016, im Folgenden kurz: „Wettbewerbsökonomisches Gutachten“.

Rundfunkrat am 16.06.16 übermittelt.¹¹ Das Gutachten wurde am 15.07.16 der GVK zur Verfügung gestellt.

3.2.7 Mitberatung in den Gremien der ARD und des ZDF

Gemäß Ziff. II Abs. 8 des ARD-Genehmigungsverfahrens gibt die GVK auf Basis der Mitberatungsergebnisse der beteiligten Gremien eine Beschlussempfehlung an den Rundfunkrat der federführenden Anstalt. Der Programmbeirat Erstes Deutsches Fernsehen¹² sowie der ZDF-Fernsehrat geben ebenfalls eine Stellungnahme ab.

Der MDR-Rundfunkrat hat den mitberatenden Gremien folgende Beratungsunterlagen zur Verfügung gestellt:

- die eingegangenen Stellungnahmen Dritter,
- „Wettbewerbsökonomisches Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen KiKA Telemedien“,
- die Kommentierung der Intendantin des MDR,
- eine vom MDR-Rundfunkrat am 09.05.16 verabschiedete Mitberatungsvorlage, welche die bislang vorliegenden Informationen sowie den bisherigen Beratungsstand zusammenfasst.

Nach Abschluss der Beratungen der mitberatenden Rundfunkräte der ARD und des ZDF-Fernsehrats verabschiedete die GVK auf Basis dieser Beratungsergebnisse am 13.09.16 eine Beschlussempfehlung zu KiKA Telemedien. Hierfür stand der GVK auch das „Gutachten im Rahmen des Drei-Stufen-Tests zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien zum publizistischen Wettbewerb“ zur Verfügung.

Zudem wurden dem MDR-Rundfunkrat eine Stellungnahme des ARD-Programmbeirats sowie des ZDF-Fernsehrats übermittelt. Mit diesen Mitberatungsergebnissen hat sich der MDR-Rundfunkrat vor seiner Entscheidung am 05.12.16 ausführlich befasst.

3.2.8 Modifizierung des Telemedienkonzepts

Der Rundfunkratsvorsitzende sowie die Vorsitzende des Telemedienausschusses informierten die Intendantin mit Schreiben vom 17.10.16 darüber, dass aus Sicht des Telemedienausschusses einige Konkretisierungen des Telemedienkonzepts erforderlich seien, um dem MDR-Rundfunkrat eine Genehmigung des Konzeptes empfehlen zu können. Die Intendantin teilte dem Rundfunkratsvorsitzenden sowie der Vorsitzenden des Telemedienausschusses mit Schreiben vom 02.11.16 schriftlich mit, dass das Telemedienkonzept entsprechend der Hinweise des Telemedienausschusses in mehreren Punkten ergänzt worden sei.

Dem Beschluss des MDR-Rundfunkrats am 05.12.16 lag das überarbeitete Telemedienkonzept in der Fassung vom 28.10.2016 zugrunde.

¹¹ Vollberg, Susanne: Gutachten im Rahmen des Drei-Stufen-Tests zum qualitativen Beitrag von ‚KiKA Telemedien‘ zum publizistischen Wettbewerb, 16.06.2016, im Folgenden kurz: „Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien“.

¹² Im Folgenden kurz: ARD-Programmbeirat.

3.2.9 Beratungen des MDR-Rundfunkrats

Der Telemedienausschuss des MDR-Rundfunkrats befasste sich mit dem Verfahrensgegenstand an folgenden Sitzungsterminen: 19.10.15, 30.11.15, 18.01.16, 01.02.16, 22.02.16, 14.03.16, 18.04.16, 30.05.16, 29.08.16, 17.10.16, 14.11.16.

Der MDR-Rundfunkrat befasste sich mit dem Drei-Stufen-Test-Verfahren KiKA Telemedien am 02.11.15, 08.12.15, 08.02.16, 07.03.16, 09.05.16, 05.09.16, 24.10.16. Die abschließende Beratung und der Beschluss zum Angebot KiKA Telemedien fanden am 05.12.16 in Abwesenheit von Vertretern der Operative des Mitteldeutschen Rundfunks statt.

4 Verfahrensrügen

a) Stellungnahmen Dritter

Zum integrierten Telemedienkonzept der KiKA Telemedien merkt der VPRT kritisch an, dass der **Detaillierungsgrad** des Konzeptes durch die Zusammenfassung der Einzelangebote pauschaler und unbestimmter geworden sei. So gebe es keine explizite Unterscheidung in Teilzielgruppen mehr, obwohl verschiedene Altersgruppen inhaltlich angesprochen werden sollen. Es gebe auch keine Erläuterung, welche neuen Angebotsformen bei kikaninchen.de hinzukommen sollen. Livestreams und Apps würden in keiner Weise begrenzt. Auch BDZV und VDZ kritisieren die mangelnde Detaillierung des Konzeptes, so dass die Einhaltung gesetzlicher Schranken nicht nachprüfbar sei. Aus ihrer Sicht ist das Telemedienkonzept daher nicht genehmigungsfähig.

Im Interesse von Partizipation und Mitgestaltung spricht sich Dr. Grassmuck für öffentliche Konsultationen, in denen Bürger und Nutzer angesprochen werden, als Mittelpunkt des Drei-Stufen-Test-Verfahrens aus. Eine Zusammenführung der KiKA-Angebote in einem gemeinsamen Konzept wird positiv bewertet.

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Im Telemedienkonzept wird erläutert, dass die Bedeutung netzspezifischer Funktionen und Angebotsformen seit 2010 deutlich zugenommen habe. Bestimmte Angebotsformen ließen sich für alle Teilbereiche des KIKKA-Angebots gleichermaßen beschreiben. Es gebe auch eine große technologische, organisatorische, finanzielle Überschneidung sowie Schnittmengen aus Inhalte- und Nutzersicht. Daher sei eine gemeinsame Beantragung geplanter Angebotsformen und Weiterentwicklungen für alle bisher getrennt genehmigten Telemedienkonzepte zweckmäßig. Durch ein **integriertes Drei-Stufen-Test-Verfahren** könne auf mehrere zeit- und kostenintensive Verfahren verzichtet werden. Alle Angebote blieben hinsichtlich ihrer Entwicklungsmöglichkeiten zudem auf einem einheitlichen Stand.¹³

In ihrer Kommentierung betont die Intendantin, dass mit dem vorgelegten Telemedienkonzept keine Ermächtigung für eine unbegrenzte Ausweitung des Angebots verbunden sei. Das Konzept sei offen formuliert, um neue multimediale Angebotsformen **flexibel** nutzen zu können. Sinn und Zweck des aktuellen Verfahrens sei es, auch Vorhaben zu skizzieren, deren Umsetzung erst perspektivisch angedacht sei. Zudem verweist die Intendantin auf das **Gebot der Wirtschaftlichkeit**, geplante Weiterentwicklungen für die bisher getrennt genehmigten Telemedienangebote gemeinsam zu beschreiben und zu beantragen. Hierdurch würden sowohl die Verfahrenskosten als auch administrative Folgekosten reduziert.¹⁴ Die Beschreibung des Telemedienkonzepts gelte dabei für alle Teilzielgruppen und werde in der Umsetzung je nach Teilzielgruppe ausgedeutet.¹⁵

c) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Die Beschreibung des Angebots in einem Telemedienkonzept ist Grundlage der Beauftragung nach der Durchführung des Drei-Stufen-Test-Verfahrens. Die gegenüber dem

¹³ Vgl. TMK, S. 4.

¹⁴ Vgl. Kommentierung, S. 4f.

¹⁵ Vgl. Kommentierung, S. 7.

prüfenden Gremium darzulegenden Aussagen sollen zunächst die der Beauftragung vorausgehende Prüfung durch den Rundfunkrat entsprechend der staatsvertraglichen Zulässigkeitsvoraussetzungen ermöglichen. Dies schließt nicht aus, dass die Intendantin im Verfahren - insbesondere auf Nachfrage des Rundfunkrates - weitere Erläuterungen und Konkretisierungen zur Angebotsbeschreibung vornimmt. Von dieser Möglichkeit hat der MDR-Rundfunkrat im Laufe des Verfahrens Gebrauch gemacht. **Unter Berücksichtigung verschiedener in den Stellungnahmen vorgetragener Hinweise wurde das Telemedienkonzept auf Anregung des Telemedienausschusses in mehreren Punkten konkretisiert.**¹⁶

Laut § 11f Abs. 1 RStV sind „Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauer“ näher zu beschreiben. Alle anderen Ausführungen (insbes. zu den drei Stufen) dienen der umfassenden Information des MDR-Rundfunkrates zu seiner Entscheidungsfindung. Bei der Anforderung an die Intendantin, Aussagen zu den marktlichen Auswirkungen zu treffen, geht es darum, dem MDR-Rundfunkrat zu seiner Entscheidungsfindung alle notwendigen Informationen zur Verfügung zu stellen; der genaue Zeitpunkt während des Verfahrens ist insofern irrelevant. Verlangte man von der Operative bereits zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Angebotsbeschreibung fundierte Aussagen zur Auswirkung des Angebots auf den ökonomischen Wettbewerb, müsste die Anstalt selbst ein Gutachten hierzu einholen. Es käme zu einer doppelten Beauftragung von Marktgutachten.

Nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrates ist die Abfassung des Telemedienkonzepts auf einem mittleren Abstraktionsniveau und Darstellung eines allgemeinen Entwicklungskorridors zulässig und insbesondere auch notwendig, um flexibel und zeitnah auf journalistisch-redaktionelle Erfordernisse aber auch auf technische Entwicklungen reagieren zu können. Er sieht hierin keine Umgehung zukünftiger Drei-Stufen-Tests, über deren Durchführung gemäß der Aufgreifkriterien des ARD-Genehmigungsverfahrens zu entscheiden ist. Der MDR-Rundfunkrat hat darüber hinaus jedoch von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, durch Nachfragen weitere Informationen und Erläuterungen einzuholen. Auch eine detaillierte Kostenaufschlüsselung wurde dem MDR-Rundfunkrat zur Verfügung gestellt.

Der MDR-Rundfunkrat stellt fest, dass es sich bei dem vorgelegten, integrierten Telemedienkonzept um eine ausreichend konkrete Beschreibung der Telemedienangebote des KiKA handelt. Durch die Integration der einzelnen KiKA-Angebote in ein Gesamtkonzept können nach Dafürhalten des MDR-Rundfunkrates die Teilangebote auf einem einheitlichen Entwicklungsstand gehalten werden und wechselseitige Verknüpfungen und Überschneidungen zwischen den Angeboten stärker berücksichtigt werden. Zudem unterstützt der MDR-Rundfunkrat das Anliegen, die Kosten für Drei-Stufen-Tests auf das notwendige Maß zu beschränken¹⁷ und im Sinne des Gebots der Wirtschaftlichkeit Synergien bei der Weiterentwicklung des Angebots bestmöglich zu nutzen. Über die Erforderlichkeit eines neuen Drei-Stufen-Tests bei einer Weiterentwicklung des Angebots ist gemäß der Aufgreifkriterien des ARD-

¹⁶ Hierzu finden sich in den nachfolgenden Kapiteln ausführlichere Erläuterungen.

¹⁷ So hat sich der MDR-Rundfunkrat 2011 nach Abschluss der ersten Drei-Stufen-Tests unter anderem für die Einführung einer Relevanzschwelle für die zwingende Vergabe eines externen marktlichen Gutachtens ausgesprochen, um die Kosten für die Durchführung eines Drei-Stufen-Test-Verfahrens zu begrenzen.

Genehmigungsverfahren zu entscheiden. Sollte der MDR-Rundfunkrat entgegen der Feststellung der Intendantin der Auffassung sein, dass ein neues oder verändertes Angebot vorliegt, so kann er die Durchführung eines Drei-Stufen-Tests verlangen. Gemäß § 11f Abs. 3 RStV ist insbesondere dann von einer verfahrensauslösenden Änderung auszugehen, wenn die „inhaltliche Gesamtausrichtung“ oder die „angestrebte Zielgruppe“ geändert wird. **Da der MDR-Rundfunkrat zu überprüfen hat, ob ein neues oder verändertes Angebot vorliegt, ist er frühzeitig und zeitnah über Weiterentwicklungen des Angebots zu informieren, auch wenn es sich lediglich um einen Ausbau des bestehenden Angebotes bzw. die Ausschöpfung von Entwicklungsmöglichkeiten des bestehenden Telemedienangebotes handelt.**

C Materielle Prüfung der Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV

1 Erste Stufe: Entspricht das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft?

Auf der ersten Stufe ist zunächst zu prüfen, inwiefern das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht. Hierbei ist zu ermitteln, inwieweit das zu prüfende Angebot den allgemeinen und telemedienspezifischen Anforderungen des Rundfunkstaatsvertrags an öffentlich-rechtliche Angebote Rechnung trägt. Außerdem wird geprüft, ob das Telemedienkonzept in Einklang mit den geltenden Ge- und Verboten des RStV steht.

1.1 Kein Verstoß gegen gesetzliche Ge- und Verbote

1.1.1 Einhaltung der gesetzlichen Verweildauerregelung nach § 11d Abs. 2

a) Stellungnahmen Dritter

Der VPRT stellt fest, dass mit dem aktuellen Telemedienkonzept ein deutlicher **Paradigmenwechsel** in Hinblick auf den Grundsatz des Sendungsbezuges erfolgt sei. Gemäß § 11d RStV sei das lineare Programm und das Prinzip des Sendungsbezuges der Ausgangspunkt, von dem aus sich die Zulässigkeit eines Telemedienangebots definiere. Diese Auffassung vertreten auch der BDZV und VDZ. Es sei im Telemedienkonzept grundsätzlich erforderlich, zwischen Angeboten mit und ohne Sendungsbezug zu unterscheiden.

Grundsätzlich konstatiert der VPRT eine Zunahme von Rundfunkangeboten im Onlinebereich ohne eine entsprechende Ermächtigung. Hinsichtlich des Verweildauerkonzepts stellen der BDZV/VDZ sowie der VPRT eine **zunehmende Abkehr vom vorgeschriebenen Prinzip des Sendungsbezugs und der 7-Tage-Regel** fest. Gesetzgeberische Intentionen hinsichtlich des Verweildauerkonzepts seien außer Acht gelassen worden (MG RTL, BDZV/VDZ). Insbesondere für sendungsbezogene presseähnliche Angebote fordern der BDZV/VDZ die Einhaltung einer 7-Tage-Verweildauer.

Der VPRT hält gem. § 11 d Abs. 2 Nr. 2 HS RStV allenfalls Vorankündigungen für zulässig, **Vorabausstrahlungen** seien davon nicht erfasst. Bemängelt wird zudem ein fehlendes zeitliches Limit für Preview-Inhalte.

Dr. Grassmuck fordert die Gesetzgeber auf, die Voraussetzungen für **unbefristete Archive** gesellschaftlich relevanter Telemedienangebote zu schaffen.

b) Ausführungen der Intendantin (aus der Kommentierung)

In ihrer Kommentierung erläutert die Intendantin, dass es dem KiKA möglich sein müsse, sein Angebot hinsichtlich netzspezifischer Darstellungsformen weiterzuentwickeln.¹⁸

Die Intendantin macht zudem deutlich, dass **online-first, online-exklusive Inhalte sowie Eventstreams** das bestehende Angebot lediglich punktuell ergänzen, in der

¹⁸ Vgl. Kommentierung, S. 5f.

Regel einen Bezug zum linearen Programm haben und daher von keinem Paradigmenwechsel die Rede sein könne. Die Intendantin widerspricht der Annahme, der Sendungsbezug stelle den Ausgangspunkt für die Zulässigkeit der von KiKA angebotenen Telemedien dar. Vielmehr seien nicht-sendungsbezogene und somit auch online-first und online-exklusive Inhalte zulässig, wenn diese in einem vom MDR-Rundfunkrat genehmigten Telemedienkonzept festgeschrieben wurden.¹⁹

Bei den vom KiKA angebotenen **Livestreams** handele es sich nicht um Rundfunkprogramme im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages, die Schwelle zu einem anhand eines Sendeplans ablaufenden, ständig neue Inhalte anbietenden Rundfunkprogramms werde nicht überschritten.²⁰

Anders als von der MG RTL argumentiert seien über die in § 11d Abs. 2 Nr. 1 und 2 RStV genannten Regelungen hinausgehende **Verweildauern** möglich, wenn sie in einem vom MDR-Rundfunkrat genehmigten Telemedienkonzept festgeschrieben worden sind. Es sei nicht die Aufgabe des MDR-Rundfunkrats, für jeden Einzelfall selbst eine Entscheidung über die Verweildauerbemessung zu treffen. Vielmehr sei die Verweildauer Teil des Telemedienkonzeptes.

c) Weitere Sachverhaltsermittlung

In der Sitzung des Telemedienausschusses vom 29.08.16 erläutert ein Mitarbeiter des KiKA auf Nachfrage des Ausschusses, dass bei online-first und online-exklusiven Inhalten die Verweildauer mit der digitalen Veröffentlichung beginne.

d) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Zu der Annahme, die Verweildauern nach § 11d Abs. 2 Nr. 1 und 2 stellten den gesetzlichen Regelfall dar, von dem nur ausnahmsweise und in Einzelfällen abgewichen werden könne, hat sich der MDR-Rundfunkrat in seinen früheren Entscheidungsbegründung zur Genehmigung der KiKA Telemedienangebote dezidiert geäußert.²¹ Demnach stellen diese lediglich eine verfahrensrechtliche Privilegierung durch den Gesetzgeber in der Weise dar, dass für die dort genannten Inhalte eine unmittelbare gesetzliche Beauftragung besteht. **Ein Regel-Ausnahme-Verhältnis erschließt sich hieraus nicht.** Vielmehr umfasst der Auftrag gemäß § 11d Abs. 2 Nr. 3 RStV explizit auch nicht-sendungsbezogene Telemedien nach Maßgabe eines nach § 11f RStV durchgeführten Verfahrens. Auch eine notwendige Unterscheidung zwischen sendungsbezogenen und nicht-sendungsbezogenen Angeboten lässt sich hieraus nicht herleiten, sofern das fragliche Angebot einem Drei-Stufen-Test unterworfen wurde. Auch eine 7-Tage-Regel lässt sich hieraus nicht ableiten.

Gemäß § 11d Abs. 3 Nr. 3 S. 1 RStV sind nicht-sendungsbezogenen Telemedien nach Maßgabe eines Drei-Stufen-Tests möglich. Damit sind auch online-first oder online-exklusive Inhalte rechtlich zulässig, wenn sie in einem genehmigten Telemedienkonzept beschrieben sind. Dementsprechend besteht auch keine Verpflichtung zur Begrenzung des Zeitraums zwischen digitalen Preview-Publikation und einer sich anschließenden linearen Ausstrahlung. Zudem hält der MDR-Rundfunkrat die Ausführungen der Inten-

¹⁹ Vgl. Kommentierung, S. 12f.

²⁰ Vgl. Kommentierung, S. 13f.

²¹ Vgl. u.a. Beschluss über die Genehmigung des Telemedienkonzepts kika.de vom 21.06.10, S. 23.

dantin für nachvollziehbar, wonach die genannten Angebotsformen das Angebot nur punktuell ergänzen sollen und überwiegend ein Bezug zum linearen Angebot bestehe. Dies ist angesichts der strategischen Ausrichtung des KiKA hin zu einer vernetzten und crossmedial geplanten Angebotspalette schlüssig. Die bimediale Arbeitsweise hat zur Folge, dass KiKA Telemedien auch zukünftig überwiegend Bezüge zum linearen Programm aufweisen werden. Dem MDR-Rundfunkrat liegen zudem keine Anhaltspunkte dafür vor, dass mit dem vom KiKA geplanten Livestream-Angebot die Grenze zu einem Rundfunkprogramm überschritten werden könnte. Das Verweildauerkonzept ist auch auf Inhalte des KiKA auf Drittplattformen anzuwenden.

Der MDR-Rundfunkrat stellt daher fest, dass das Verweildauerkonzept den gesetzlichen Anforderungen entspricht und für alle geplanten Angebotsformen Geltung hat.

Bezüglich der Forderung von Dr. Grassmuck nach einer unbefristeten Archivierung von gesellschaftlich relevanten Telemedieninhalten verweist der MDR-Rundfunkrat auf seine 2011 verabschiedeten „Empfehlungen zur Verfahrensoptimierung zukünftiger Drei-Stufen-Tests“, in welchen der Gesetzgeber angesichts der festgestellten geringen marktlichen Auswirkungen unbegrenzter Verweildauern aufgefordert wird, bei einer Novellierung der diesbezüglichen Regelungen gebührenfinanzierte Inhalte allen Nutzern dauerhaft zugänglich zu machen.²² Diese Aufforderung besteht auch vor dem Hintergrund der in diesem Drei-Stufen-Test ermittelten geringfügigen marktlichen Auswirkungen weiter fort.²³

1.1.2 Journalistisch-redaktionelle Gestaltung und Veranlassung

a) Stellungnahmen Dritter

Bei einigen Angebotsbestandteilen handelt es sich nach Ansicht des BDZV und VDZ um **nicht journalistisch-redaktionell bearbeitete Angebote**. Genannt werden u.a. die Einbindung von User-Generated-Content, Eintragungen ins Gästebuch, allgemeines Feedback an die Plattform, Kommentierungsfunktionen, die Community zum Austausch der Nutzer untereinander.

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Die vom BDZV/VDZ beanstandeten Funktionen seien in den früheren Telemedienkonzepten des KiKA beschrieben und vom MDR-Rundfunkrat 2010 genehmigt worden. Sämtliche Interaktion und Kommunikation finde in einem journalistisch-redaktionellen Rahmen **unter redaktioneller Aufsicht** statt. Auch User-Generated-Content werde stets in einem journalistisch-redaktionell veranlassten Kontext eingebunden und journalistisch-redaktionell gestaltet.²⁴

c) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Der Begriff „journalistisch-redaktionell“ meint eine planvolle Tätigkeit mit dem Ziel der Herstellung und zeitnahen Weitergabe eines Angebots, das den Anforderungen des § 11 RStV als Beitrag zur Meinungsbildung genügt. Auch die Übernahme einzelner, nicht

²² Vgl. Empfehlungen des MDR-Rundfunkrats zur Verfahrensoptimierung zukünftiger Drei-Stufen-Tests, 05.12.2011.

²³ Zu den marktlichen Auswirkungen vgl. Kapitel C 2.1.

²⁴ Vgl. Kommentierung, S. 6.

selbstständig erstellter Elemente (wie User-Generated-Content oder Datenaufzeichnungen) ist möglich, sofern sie sich in ein entsprechendes Gesamtangebot sinnvoll einbetten oder dieses ergänzen und von der zuständigen Redaktion letztverantwortlich betreut werden. Der MDR-Rundfunkrat erachtet es als auftragsrelevantes Anliegen, aus den in den Communities, Chats oder Foren stattfindenden Diskussionen redaktionelle Themen für das lineare Angebot des KiKA abzuleiten bzw. bei redaktionellen Anlässen Inhalte Dritter unter Berücksichtigung der rechtlichen Regelungen in das eigene Programm zu integrieren und so einen Rückkanal in das redaktionelle Angebot zu schaffen.

Im Telemedienkonzept werden die Grundprinzipien der redaktionellen Kontrolle der KiKA-Community bzw. Foren und Chats nachvollziehbar beschrieben. Moderatoren und begleitende Redakteure der Community sowie von Foren oder Chats tragen für die Einhaltung des staatsvertraglichen Gebots der journalistisch-redaktionellen Veranlassung und Gestaltung Sorge. So werden Inhalte kontinuierlich begleitet und kontrolliert (in der Community vor Veröffentlichung) und unzulässige Inhalte unverzüglich entfernt.

Zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats steht daher fest, dass KiKA Telemedien journalistisch-redaktionell gestaltet und veranlasst sind. Aufgrund des besonderen Schutzbedürfnisses der Zielgruppe sind Formen der Interaktion und Kommunikation, insbesondere auch die Aktivitäten auf Drittplattformen intensiv redaktionell zu begleiten und zu betreuen.

1.1.3 Kein nicht-sendungsbezogenes presseähnliches Angebot

a) Stellungnahmen Dritter

Der BDZV und VDZ kritisieren fehlende Ausführungen dazu, welche Inhalte als **presseähnliche Angebote** geplant sind. Eigenständige Texte seien nur zur Unterstützung rundfunktypisch gestalteter Angebote zulässig (Annexfunktion). Sie sehen den MDR-Rundfunkrat in der Pflicht, klare und transparente Regeln zur Grenzziehung von Sendungsbezug und Textjournalismus zu setzen.

Der **Sendungsbezug** von Angeboten wie Mal- und Bastelsets, Stunden- oder Ferienplänen, Bewerbungsbögen oder saisonalen Spezialangeboten wird vom BDZV und VDZ in Frage gestellt.

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Das Angebot KiKA Telemedien zeichnet sich laut Telemedienkonzept durch vielfältige multimediale, interaktive und unter Nutzung aller gängigen Rich-Media-Elemente aufbereitete Inhalte aus.²⁵

Die Intendantin stellt fest, dass nicht-sendungsbezogene presseähnliche Angebote nicht erlaubt und auch nicht geplant sind.²⁶

c) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Eine Pflicht zur Unterscheidung sendungsbezogener Angebote und solcher ohne Sendungsbezug im Telemedienkonzept ist dem Gesetzeswortlaut des RStV nicht zu entnehmen. **Nach Maßgabe eines nach § 11f RStV durchgeführten Verfahrens sind**

²⁵ Vgl. TMK, S. 25ff.

²⁶ Vgl. Kommentierung, S. 5f.

nicht-sendungsbezogene Telemedien zulässig, eine generelle Ausweisung des Sendungsbezuges von KiKA Telemedien ist daher nicht erforderlich (evtl. aber in Zusammenhang mit der Negativliste).

Für vom BDZV/VDZ beanstandete Inhalte wie Grußkarten, Stundenpläne, Bastel- oder Malvorlagen besteht keine Pflicht zur Ausweisung eines Sendungsbezugs, sie sind auch nicht durch die Verbote der Negativliste erfasst. Es ist jedoch davon auszugehen, dass diese Angebotsbestandteile auch zukünftig einen Bezug zum Sender oder zu einer Sendung des Kinderkanals aufweisen werden.

Dem MDR-Rundfunkrat liegen keine Hinweise darauf vor, dass KiKA Telemedien presseähnlich gestaltet sein könnten. Das Angebot unterscheidet sich von Inhalt und Gestaltung einer gedruckten Zeitung oder Zeitschrift bzw. eines E-Papers. Das Angebot KiKA Telemedien zeichnet sich durch eine umfassende multimediale Gestaltung, Interaktivität und Vernetzung aus. Multimediale Inhalte werden unter Nutzung aller gängigen Rich-Media-Elemente wie Audios, Videos, Fotos, Animationen, Text aufbereitet. Ein Teil des Angebots wird auditiv-visuell durch Animationen, Geräusche und Musikelemente geführt. Auch interaktiv gestaltete Spiele gehören zum Angebot. Seiner kindgerechten Gestaltung entsprechend machen Texte nur einen begrenzten Anteil des Angebots aus. Zudem ist das Angebot deutlich audiovisuell und multimedial geprägt und mit dem linearen Angebot des KiKA eng verknüpft. Der multimediale Charakter soll durch die netzspezifische Konfektionierung von Inhalten, Themen und Angeboten weiter gestärkt werden.

KiKA Telemedien sind nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats daher kein nicht-sendungsbezogenes presseähnliches Angebot. Es entspricht in seiner Gestaltung nicht den Druckausgaben von Zeitungen und Zeitschriften. Dies gilt sowohl für das Gesamtangebot als auch für kleinere, verschiedene Inhalte bündelnde Einheiten wie Rubriken oder ähnliches.

1.1.4 Kein Verstoß gegen Negativliste

a) Stellungnahmen Dritter

In den Stellungnahmen der privaten Wettbewerber werden zahlreiche **Verstöße gegen die Negativliste** dargelegt:

- Beim „Kummerkasten“ handele es sich um einen Ratgeber ohne Sendungsbezug (MG RTL).
- Der Abruf von Audiodateien sei auf eindeutig zulässige Anwendungen einzugrenzen, d.h. fremdproduzierte Audiodateien seien auszuschließen (MG RTL, VPRT).
- Die MG RTL und der VPRT halten zudem ausschließlich Chats mit Sendungsbezug für zulässig, ein Programmbezug sei nicht ausreichend. Außerdem sei die Community-Plattform im beschriebenen Umfang nicht vom RStV gedeckt, einzelne Aktivitäten verstießen gegen die Negativliste (MG RTL, BDZV/VDZ, VPRT).
- Einen Verstoß gegen Nr. 15 (Fotodownload ohne Sendungsbezug) der Negativliste sehen der BDZV und VDZ in der Mitgestaltung der Internetseite durch selbst produzierte Inhalte.

- Verlinkungen dürften ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung dienen (BDZV/VDZ).
- Die MG RTL, der BDZV/VDZ und VPRT halten auch die rechtliche Zulässigkeit der geplanten Spiele für fraglich. Die bloße Verwendung des Protagonisten bzw. des Sendungsnamens sei nicht ausreichend zur Herstellung des Sendungsbezugs. Spiele dürften kein Selbstzweck sein, sondern müssten der Vertiefung der Sendung dienen. Zudem müssten sich Spiele auf die Vermittlung von Wissen und Information sowie die Förderung von Kreativität beschränken. Spiele dürften keine Highscore-Anbindung erhalten, da diese nur den Selbstzweck der Spiele belege. Spiele bilden laut der MG RTL einen inhaltlichen Schwerpunkt des Angebots.
- Darüber hinaus betont der VPRT, dass auch Apps mit Inhalten der Negativliste wie Musik, Spielen oder einer Community unzulässig seien.

b) Ausführungen der Intendantin (aus der Kommentierung)

Die Intendantin schließt in ihrer Kommentierung Verstöße gegen die Negativliste aus.

- Der „**Kummerkasten**“ sei nach wie vor Bestandteil des linearen Programms und weise einen Sendungsbezug auf. Es handele sich nicht um ein Ratgeberportal.
- In Bezug auf den Download von **Audiodateien** wird klargestellt, dass diese nur im Rahmen des rechtlich Zulässigen angeboten werden (eigenproduzierte Musik).
- Ferner wird festgestellt, dass gemäß Negativliste Nr. 17 **Foren und Chats** unter dem Sendernamen anders als in einigen Stellungnahmen behauptet zulässig sind und mit den Chat- bzw. Community-Angeboten nicht gegen die Negativliste verstoßen werde. Anlass der in der **Community** „mein!KiKA“ stattfindenden Interaktion sei das Programm des Senders.
- **Fotos** würden nicht zum Download angeboten.
- **Verlinkungen** dienten ausschließlich der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung des Eigeninhalts. Verlinkungen auf die Telemedienangebote von ARD und ZDF dienten der Begleitung von Programmmarken des linearen Programms. Verlinkungen zu externen Angeboten würden nur sehr sparsam und unter Prüfung, ob diese dem Erfurter Netcode entsprechen, eingesetzt.
- Auch **Spiele** werden laut Intendantin immer mit Sendungsbezug angeboten. Spiele dienen dem Wissenserwerb und seien eine Grundlage für kindliches Lernen. Komplexe Themen könnten spielerisch vermittelt werden. Eine Vertiefung der Sendungsinhalte erfolge, indem Kinder im Sendungskontext ihre eigene Selbstwirksamkeit erleben könnten.²⁷

Hinsichtlich der von der MG RTL kritisierten **Highscore-Anbindung** von Spielen betont die Intendantin, dass diese Funktion nur sehr behutsam eingesetzt, in jedem Einzelfall auf ihre Sinnhaftigkeit geprüfte werde und hiervon kein nennenswertes Gefährdungspotenzial für Kinder ausgehe. Alle Spiele würden eine angemessene Spieldauer aufweisen. Eine Punkteliste (Highscore) habe einen vergleichsweise schwachen Effekt auf wiederholtes Spielen. Auf weitere, wiederholtes Spielen fördernde Funktionen verzichte der KiKA im Gegensatz zu anderen Anbietern. Der Wettbewerb mit anderen könne je-

²⁷ Vgl. Kommentierung, S. 8ff.

doch ein relevanter Anreiz für Nutzer sein, der kindliche Spielfreude und Neugier anregt.²⁸

c) Weitere Sachverhaltsermittlung

In der Telemedienausschuss-Sitzung vom 29.08.16 erläutert ein Mitarbeiter des KiKA auf Nachfrage des Ausschusses die **Highscore-Anbindung** von Spielen. Demnach sei eine Highscore-Anbindung – schon aus Datenschutzgründen – nur im Einzelfall geplant, wenn es zum Spiel passe und sich hieraus ein zusätzlicher Nutzen ergebe. Es sei stets eine sorgfältig vorgenommene redaktionelle Entscheidung auf Basis von inhaltlichen Kriterien und Datenschutzbelangen zu treffen.

Der Sendungsbezug von Spielen werde durch eine Verknüpfung mit der Sendungspräsenz und einem entsprechenden Hinweis auf den Sendetermin gewährleistet.

d) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Nach Ansicht der GVK fällt der „Kummerkasten“ nicht unter den Begriff des Ratgeberportals nach Nr. 6 der Negativliste. Somit sei ein Nachweis eines Sendungsbezugs nicht erforderlich.

Die GVK unterstützt den MDR-Rundfunkrat in seinem Vorhaben, besonderes Augenmerk auf die Verwendung von Highscore-Anbindungen bei Spielen zu legen.

e) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Der MDR-Rundfunkrat sieht in dem vorgelegten Telemedienkonzept keine Anhaltspunkte für einen möglichen Verstoß gegen die Negativliste. Er verweist hierzu auch auf seine eingehenden Ausführungen in den früheren Entscheidungsgründungen zur Genehmigung der Telemedienkonzepte des KiKA.²⁹

Der MDR-Rundfunkrat erachtet das zielgruppengerechte „**Kummerkasten**“-Beratungsangebot, dem auch eine Bildungsfunktion zukommt, als wesentlichen und unverzichtbaren Auftragsbestandteil des KiKA. Wie die GVK kommt auch der MDR-Rundfunkrat zu dem Ergebnis, dass es sich hierbei um kein Ratgeberportal nach Nr. 6 der Negativliste handelt. Im „Kummerkasten“ erhalten Kinder und Jugendliche Beratung und Hilfe bei familiären, schulischen, emotionalen oder sozialen Problemen. Wie die Intendantin erläutert hat, handelt sich hierbei im Übrigen um ein Angebot, das auch Bestandteil des linearen Programms ist und somit einen Bezug zu einer linearen Sendung aufweist.

In Bezug auf **Verlinkungen** sowie den nicht zulässigen **Download von Fotos oder den Musikdownload** kommerzieller Fremdproduktionen sieht der MDR-Rundfunkrat ebenfalls keinen Anhaltspunkt dafür, dass hierbei gegen die Negativliste verstoßen werden könnte. Die Intendantin hat in ihrer Kommentierung deutlich gemacht, dass Verlinkungen stets redaktionell geprüft werden, der unmittelbaren Ergänzung, Vertiefung oder Erläuterung der eigenen Inhalte dienen und nicht zu einer unmittelbaren Kaufaufforderung führen.³⁰ Der MDR-Rundfunkrat sieht keine Hinweise darauf, dass mit der Einbindung von User-Generated-Content gegen die Regelungen des RStV ver-

²⁸ Vgl. Kommentierung, S. 14f.

²⁹ Vgl. u.a. Beschluss über die Genehmigung des Telemedienkonzepts kika.de, 21.06.10, S. 29f.

³⁰ Zu den besonderen Anforderungen an Verlinkungen, die sich aus der Schutzbedürftigkeit der Zielgruppe ergebend vgl. Abschnitt C 1.2.

stoßen wird. Fotos zum Download sollen gemäß Intendantin hierbei nicht angeboten werden. Auch bei Audiodateien zum Download handelt es sich laut Intendantin allenfalls um eigenproduzierte Angebote wie beispielsweise Titellieder. Kommerzielle Musikdownloads sollen nicht stattfinden.

Anders als in einigen Stellungnahmen nahegelegt, enthält Nr. 17 der Negativliste kein grundsätzliches Verbot von Foren und Chats oder sonstigen interaktiven Elementen. Zulässig sind redaktionell begleitete Foren und Chats mit Sendungsbezug sowie **Foren und Chats unter Programm- und Sendermarken**. Im Telemedienangebot des KiKA sollen ausschließlich Foren und Chats mit Sendungsbezug oder unter Programm- und Sendermarken angeboten werden. Alle Foren und Chats werden redaktionell begleitet und sind hierdurch journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet.

Im Rahmen der früheren Drei-Stufen-Test-Verfahren zu KiKA-Angeboten hat sich der MDR-Rundfunkrat bereits sehr kritisch und intensiv mit dem auf KiKA angebotenen Spieleangebot auseinandergesetzt. Die dort getroffenen Feststellungen in Bezug auf das **Spieleangebot** des KiKA finden auch Anwendung auf das Telemedienkonzept KiKA Telemedien:

- Spiele stellen für Kinder die zentrale Strategie dar, Verhaltensweisen in unterschiedlichen Situationen zu testen, den sozialen Umgang zu üben und Normen und Werte zu verstehen.
- Der Sendungsbezug wird durch die thematische Begleitung oder Vertiefung der linearen Sendung hergestellt, indem das Thema der Sendung aufgegriffen wird, die Spielidee aus einer Sendung stammt oder Protagonisten der Sendung mit Bezug zu ihrer Rolle in dem Spiel verwendet werden.
- Spiele sind grundsätzlich unterhaltsam gestaltet, um für Kinder attraktiv zu sein, sollen aber auch der Bildung und Wissensvermittlung dienen.³¹

Im Telemedienkonzept wird detailliert beschrieben, welche Aspekte der kindlichen Entwicklung durch das Spieleangebot gefördert werden sollen. Wie das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien aufzeigt, ist jedoch gerade auch der Spaßfaktor eines Spieles maßgeblich für die Beurteilung der Attraktivität des gesamten Angebots.³² Ein zu stark erhobener „pädagogischer Zeigefinger“ – wie dies vom VPRT und von der MG RTL nahegelegt wird – könnte somit kontraproduktiv für die zukünftige Akzeptanz von KiKA Telemedien sein.

Dem MDR-Rundfunkrat liegen keine Anhaltspunkte dafür vor, dass mit dem Angebot KiKA Telemedien gegen das Gebot, einen Sendungsbezug von Spielen herzustellen, verstoßen werden könnte.

In Bezug auf eine mögliche **Highscore-Anbindung** von Spielen, welche in einigen Stellungnahmen kritisiert wurde, kommt der MDR-Rundfunkrat nach eingehender Befassung zu dem Ergebnis, dass dies grundsätzlich ein zulässiges Element der Spielgestaltung ist. Insbesondere für ältere Kinder, die den Vergleich und Wettbewerb mit anderen Kindern suchen, kann hierdurch der Spaß und die Attraktivität des Angebots gesteigert werden. In der Kommentierung der Intendantin wurde auf Studien verwiesen, wonach andere Spielaspekte als deutlich relevanter für ein ausdauerndes Spielen ermit-

³¹ Vgl. Beschluss über die Genehmigung des Telemedienkonzepts kika.de, 21.06.10, S. 30.

³² Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 62.

telt wurden. Allerdings kann die Möglichkeit, hierdurch ausdauerndes Spielen zu fördern, auch nicht vollständig ausgeschlossen werden. Daher verlangt der Einsatz einer Highscore-Anbindung eine redaktionell sehr sorgfältig zu treffende Entscheidung. **Nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats ist daher eine Highscore-Anbindung eines Spieles im Einzelfall nur nach sorgfältiger Abwägung des damit verbundenen Nutzens sowie unter Gewährleistung eines ausreichenden Datenschutzes vorzunehmen. Die Intendantin hat das Telemedienkonzept diesbezüglich konkretisiert.**³³

1.1.5 Keine flächendeckende lokale Berichterstattung

Dem MDR-Rundfunkrat liegen keine Anhaltspunkte für einen Verstoß von KiKA Telemedien gegen das Verbot einer flächendeckenden lokalen Berichterstattung vor.

1.1.6 Kein Verstoß gegen das Werbe- und Sponsoringverbot

a) Stellungnahmen Dritter

Im Konzept fehlen laut der MG RTL Aussagen, wie Kinder auf **Drittplattformen** vor kommerzieller Ansprache geschützt werden sollen.

b) Ausführungen der Intendantin (aus der Kommentierung)

In ihrer Kommentierung erläutert die Intendantin, das Werbeverbot nach § 11d Abs. 5 S. 1 RStV gelte nach Sinn und Zweck nur für die von KiKA selbst verantworteten Telemedienangebote. Hierdurch soll einerseits eine Selbstkommerzialisierung öffentlich-rechtlicher Angebote verhindert werden und zum anderen entsprechende Werbeeinnahmen privaten Betreibern zufließen. Beide Anforderungen würden bei dem Telemedienangebot des KiKA auf Drittplattformen berücksichtigt. Die Juristische Kommission von ARD und ZDF habe entsprechende **Vorgaben zur Einhaltung des Werbeverbots bei der Nutzung von Drittplattformen** herausgearbeitet. Werbung im Umfeld von Inhalten der Anstalten sei dann nicht vom Verbot umfasst, wenn Werbung weder von der Anstalt veranlasst noch dieser nach äußerem Erscheinungsbild zuzurechnen ist und wenn im Rahmen einer Abwägung das Interesse an der Nutzung des Verbreitungsweges überwiege. Die Gefahr einer Kommerzialisierung der KiKA Telemedien auf Drittplattformen werde somit vermieden. Der KiKA habe keinen Anreiz, seine Inhalte an der Optimierung von Werbeeinnahmen auszurichten. Es werde darauf geachtet, dass die im Umfeld von Drittplattformangeboten angezeigte Werbung nicht dem KiKA zugerechnet werden könne.³⁴

c) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Der MDR-Rundfunkrat hat sich ausführlich mit der Frage befasst, inwiefern Auftritte des KiKA auf kommerziellen Drittplattformen das Werbeverbot nach § 11d Abs. 5 S. 1 RStV tangieren. Er hält ebenso wie die MG RTL weitergehende Erläuterungen für erforderlich, um die **Grenzen des Erlaubten** klar zu kennzeichnen und dem besonderen Schutzbedürfnis der kindlichen Zielgruppe bei Aktivitäten auf Drittplattformen ausreichend Rechnung zu tragen. Werbefreiheit und die Schaffung eines besonderen Schutzraumes für Kinder werden im Telemedienkonzept als besondere Qualitätsmerkmale des KiKA-Telemedienangebotes hervorgehoben. Folgerichtig ist dies auch hinsichtlich der

³³ Vgl. TMK, S. 31.

³⁴ Vgl. Kommentierung, S. 21f.

Aktivitäten auf Drittplattformen zu berücksichtigen. In ihrer Kommentierung hat die Intendantin nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats die Grenzen des Zulässigen und des Hinnehmbaren sehr deutlich beschrieben. Unzulässig ist die Veranlassung von Werbung durch den KiKA selbst. Werbung im Umfeld von KiKA-Inhalten auf Drittplattformen darf nicht vom KiKA veranlasst oder diesem nach äußerem Erscheinungsbild zuzurechnen sein. Zudem muss das publizistische Interesse an der Nutzung des Verbreitungsweges mögliche kritische Aspekte deutlich überwiegen. **Auf Anregung des Telemedienausschusses des MDR-Rundfunkrats hat die Intendantin weitergehende Ausführungen zur Einhaltung des Werbeverbots bei Drittplattformaktivitäten ergänzend in das Telemedienkonzept aufgenommen.**³⁵

Der MDR-Rundfunkrat sieht auf Basis des vorliegenden Telemedienkonzepts daher keinen Hinweis auf einen Verstoß gegen das Werbe- und Sponsoringverbot.

1.1.7 Kein Abruf angekaufter Spielfilme und Serien

Dem MDR-Rundfunkrat liegen keine Anhaltspunkte für einen möglichen Verstoß gegen das Verbot eines Abrufs von angekauften Spielfilmen und angekauften Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind, vor (§ 11d Abs. 5 S. 2 RStV).

1.1.8 Sonstige rechtliche Regelungen

a) *Stellungnahmen Dritter*

Die MG RTL und der VPRT sehen keine gesetzliche Grundlage für die **Verbreitung auf Drittplattformen**, die Ermächtigung für das Junge Angebot von ARD und ZDF stelle diesbezüglich eine Ausnahme dar.

b) *Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)*

Hinsichtlich der Zulässigkeit von **Drittplattformaktivitäten** stellt die Intendantin fest, dass für das nonlineare Angebot des KiKA alle digitalen Plattformen genutzt werden dürften, sofern entsprechende Telemedienangebote in einem vom MDR-Rundfunkrat genehmigten Telemedienkonzept beschrieben worden seien. Der MDR-Rundfunkrat habe bereits 2010 mit den Telemedienkonzepten zu kika.de und Ki.KA-Text entsprechende Distributionsmöglichkeiten genehmigt.³⁶

c) *Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats*

Aktivitäten auf Drittplattformen hat der MDR-Rundfunkrat mit der Zustimmung zu den Telemedienkonzepten *kika.de* und *Ki.KA-Text* 2010 grundsätzlich als alternative Verbreitungsplattformen für zulässig erachtet.³⁷ Unbenommen davon ist jedoch im nächsten Kapitel die Frage zu erörtern, in welchem Umfang und unter welchen Voraussetzungen diese Aktivitäten – insbesondere mit Blick auf die kindliche Zielgruppe – erforderlich und zielführend sind, um dem Auftrag des KiKA gerecht zu werden.

³⁵ Vgl. TMK, S. 36.

³⁶ Vgl. Kommentierung, S. 15.

³⁷ Vgl. Beschluss über die Genehmigung des Telemedienkonzepts kika.de, 21.06.10, S. 23: „Grundsätzlich stellt die Verbreitung eines Angebots auf neuen oder anderen Verbreitungsplattformen jedoch kein neues Angebot dar.“

1.2 Allgemeine und telemedienspezifische Anforderungen des RStV

a) Stellungnahmen Dritter

Laut VPRT gehört die **Schaffung personalisierter Angebote** nicht zum öffentlich-rechtlichen Auftrag, hierdurch werde die Fragmentierung des öffentlich-rechtlichen Gesamtangebots verstärkt. Zudem widerspreche die Aufsplittung der KiKA-Inhalte in einzelne **Themen-Apps** dem gesamtintegrativen Bildungsauftrag.

Die Aussagen des Telemedienkonzepts zur **Drittplattform-Strategie** hält der VPRT für widersprüchlich: Einerseits solle Abwanderung verhindert werden, andererseits werde durch zusätzliche KiKA-Inhalte die Attraktivität von Drittplattformen gesteigert. Die MG RTL und der VPRT fordern im Sinne des Integrationsauftrages, junge Nutzer frühzeitig an eigene öffentlich-rechtliche Angebote zu binden und nicht auf Drittplattformen zu lenken. Umfassende Drittplattform-Angebote förderten die **Fragmentierung** der Online-Nutzung und führten langfristig zu einer sinkenden Nutzung öffentlich-rechtlicher Plattformen. Drittplattformen sollten allenfalls zu Marketingzwecken, aber keinesfalls zum Einstellen von sog. „Long-Term-Content“ genutzt werden. Drittplattformen wie YouTube seien **kein sicherer Surfraum** für Kinder, diverse Plattformen seien für Kinder unter 12 bzw. 13 Jahre unzulässig (MG RTL, VPRT). Als problematisch sieht die MG RTL zudem die mangelnde Kontrolle über das Umfeld bei Veröffentlichung von Inhalten auf Drittplattformen wie YouTube. Die MG RTL verweist auch darauf, dass Drittplattformen von Kindern nur in geringem Umfang überhaupt genutzt würden. Daneben kritisiert die MG RTL die unentgeltliche Einstellung von Inhalten auf Drittplattformen auch aus ökonomischen und wettbewerbsrechtlichen Gründen. Reichweitenstarke Plattformen würden bevorzugt. Es wird daher verlangt, Inhalte des KiKA sämtlichen Drittplattformen **diskriminierungsfrei** anzubieten.

Die MG RTL und der VPRT fordern eine Prüfung des Angebots hinsichtlich der Vereinbarkeit mit dem Datenschutz bzw. den **Verzicht auf datensensible Dienste** wie Chats, Personalisierung, Apps, Drittplattformen. Es wird darauf verwiesen, dass SUPER RTL aus Datenschutz-Gründen bewusst auf manche technischen Möglichkeiten verzichte (z.B. Facebook-Aktivitäten nur für Jugendliche und Erwachsene).

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Im Telemedienkonzept wird dargelegt, dass die Internet-Nutzung über unterschiedliche Geräte erfolge und deutlich mobiler geworden sei. Nahezu in jedem Haushalt mit Kindern gebe es einen Internetzugang sowie eine medial umfangreiche Ausstattung. **Interaktion, orts- und zeitsouveräne Mediennutzung, Personalisierung und nutzergenerierte Inhalte** spielten eine deutlich größere Rolle als bei der Durchführung früherer Drei-Stufen-Tests 2009 und 2010. Hervorgehoben wird das Bedürfnis, sämtliche Inhalte auf allen technischen Plattformen dauerhaft nutzen zu können. Eltern suchten für ihre Kinder Sicherheit im Netz und konzentrierten sich zunehmend auf qualitativ hochwertige und Vertrauen stiftende Marken, welche Kinder dabei unterstützen, notwendige Handlungskompetenzen auszubilden. Die sich verändernden kommunikativen Bedürfnisse sollen durch verstärkten Einsatz netzspezifischer Angebotsformen zukünftig besser erfüllt werden.³⁸

³⁸ Vgl. TMK, S. 6ff.

Dem **Integrationsauftrag** entsprechend soll Kindern gesellschaftliche Partizipation - insbesondere auch durch ein möglichst barrierefreies Angebot - ermöglicht werden. Als öffentlich-rechtliches Telemedienangebot will der KiKA als „verbindende Instanz zwischen den Nutzern und der Gesellschaft“³⁹ fungieren. So sollen durch attraktive und zielgruppenadäquate Darstellungsformen Themen von allgemeiner Relevanz vermittelt werden.

Angesichts einer unübersichtlichen Angebotssituation im Internet will der KiKA „**Orientierung** bei der Suche nach verlässlichen Informationen“ bieten. Der KiKA sieht sich hierbei in der Rolle als vertrauens- und glaubwürdiger Vermittler von Informationen. Durch KiKA Telemedien sollen Kinder Zugang zu Inhalten erhalten, welche Wissen, Hintergründe und Zusammenhänge vermitteln, die Fantasie anregen, Lebenshilfe-Tipps geben oder zum Mitmachen anregen. In einem geschützten Raum, frei von kommerziellen Interessen, könnten Kinder spielerisch den Umgang mit digitalen Medien erlernen. Das Angebot soll Nutzer zudem bereits frühzeitig mit Qualitätsstandards von Medienangeboten vertraut machen. Durch gezielte Cross-Promotion soll eine Übergabe der Nutzerschaft an das geplante Jugendangebot von ARD und ZDF gefördert werden.⁴⁰

KiKA Telemedien sollen **Medienkompetenz** vermitteln, indem Fähigkeiten im Umgang mit verschiedenen Medien, aber auch die allgemeine Handlungskompetenz gefördert werden.⁴¹

In ihrer Kommentierung erläutert die Intendantin, dass **personalisierte Angebote** den Nutzern zusätzliche Orientierungshilfe böten, da hierdurch die Auswahl und Suche von Inhalten vereinfacht werde. In der von KiKA angestrebten Umsetzung von Personalisierung bleibe die Forumfunktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erhalten, da die Auswahlmöglichkeiten personalisierbarer Inhalte über redaktionelle Vorentscheidungen gesteuert würden. Es werde so sichergestellt, dass für die öffentliche Meinungsbildung relevante Themen alle Nutzer erreichen und nicht ganze Themenfelder abgewählt werden könnten. Ein Verzicht auf Personalisierung würde zukünftig zur Abwendung zahlreicher Nutzer führen, wodurch der KiKA seinen staatsvertraglichen Aufgaben nicht mehr in gleichem Maße gerecht werden könnte.⁴²

In Bezug auf geplante **Themen-Apps** erklärt die Intendantin, dass diese angesichts der Vielschichtigkeit des KiKA-Angebots erforderlich seien, um nutzerfreundliche, einfach und intuitiv zu bedienende Programme für mobile Endgeräte anzubieten, die den unterschiedlichen Fähigkeiten und Bedürfnissen der heterogenen Kinderzielgruppe gerecht werden. Es finde in jedem Fall eine vorherige ausführliche Analyse und Erörterung mit den zuständigen Gremien statt.⁴³

Drittplattformen, auf welchen der KiKA Inhalte anbietet, müssen laut Kommentierung frei zugänglich sein. Dies sei bei YouTube gegeben. Zahlreiche Mediennutzungsstudien belegten die Relevanz von Drittplattformen und besonders YouTube als Verbreitungsweg für von Kindern genutzte Inhalte. Auch Wettbewerber des KiKA seien – anders als von diesen in ihrer Stellungnahme behauptet – auf Drittplattformen vertre-

³⁹ TMK, S. 11.

⁴⁰ Vgl. TMK, S. 11f.

⁴¹ Vgl. TMK, S. 12f.

⁴² Vgl. Kommentierung, S. 11f.

⁴³ Vgl. Kommentierung, S. 13f.

ten.⁴⁴ Mit Drittplattformaktivitäten verfolge der KiKA verschiedene Ziele. Dabei stünde das Marketing für die KiKA-eigenen Telemedien im Vordergrund, um Nutzer abzuholen und auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen. Hierfür gebe es Verlinkungen und einzelne Folgen einer Formatstaffel. Dieser Ansatz verspreche größeren Erfolg als das reine Angebot von Trailern. Die Intendantin widerspricht der Einschätzung des VPRT, dass der KiKA in der Lage sei, allein mit seinem eigenen Telemedienangebot Kinder und deren Eltern ausreichend anzusprechen. Um seinem Integrationsauftrag auch zukünftig gerecht zu werden, müsse der KiKA vielmehr auf Drittplattformen aktiv werden, um auch Nutzer anzusprechen, die anderweitig nicht mehr erreichbar seien. Es wird betont, dass der KiKA seine Nutzer nicht zu einer Nutzung von Drittplattformen motiviert und diese auch nicht bewirbt.⁴⁵

Die Intendantin beschreibt auch, mit welchen Maßnahmen eine hinreichende Aufsicht über alle Drittplattformaktivitäten gewährleistet werden soll. So sei Fachpersonal, sog. **Social-Media-Redakteure**, für die Koordination, Steuerung und Überwachung aller Social-Media-Aktivitäten zuständig. Dies beinhalte sowohl die Betreuung der auf Drittplattformen eingestellten Inhalte als auch die Kommunikation mit den Nutzern oder die Moderation der Community. Sämtliche Kommentare würden vor Freigabe auf Grundlage festgelegter Verhaltensregeln geprüft. Zudem würden technische Möglichkeiten eingesetzt, um sicherzustellen, dass Nutzern des KiKA-YouTube-Kanals nur angemessene Inhalte angezeigt werden. Genannt werden hier die YouTube-**Autoplay-Funktion**, die dazu führen soll, dass Nutzer ausschließlich weitere KiKA-Videos vorgeschlagen bekommen sowie **Playlists**, die für einzelne Formate, Rubriken oder Teilzielgruppen des KiKA erstellt werden. Die auf YouTube angebotene Embedding-Funktion werde grundsätzlich deaktiviert, so dass es nicht möglich sei, KiKA-Videos auf Seiten Dritter einzubinden. Die momentanen Drittplattform-Aktivitäten beschränkten sich auf YouTube. Auf einen Facebook-Auftritt werde zum gegenwärtigen Zeitpunkt verzichtet, da hier keine ausreichende redaktionelle Kontrolle gewährleistet sei. Die Intendantin schließt jedoch nicht aus, dass es zukünftig weitere Aktivitäten auf anderen Drittplattformen geben könne. Entsprechend der derzeitigen Praxis würden solche Pläne den zuständigen Gremien vorab zur Beratung vorgelegt.⁴⁶

Anders als von der MG RTL nahegelegt, könne der KiKA gem. § 19 RStV frei darüber entscheiden, welche Übertragungswege er im Rahmen seiner Verbreitungsstrategie nutze. Es ergebe sich keine Verpflichtung des KiKA, alle Plattformbetreiber gleich zu behandeln. Ziel sei es, KiKA Telemedien **auf allen relevanten Verbreitungswegen** anzubieten. Auch in den nächsten Jahren liege der Schwerpunkt auf den eigenen Auspielwegen und Angeboten. Fragen der kommerziellen Verwertung seien nicht Gegenstand des Drei-Stufen-Test-Verfahrens.⁴⁷

Die Intendantin erläutert hinsichtlich der mit Drittplattformaktivitäten einhergehenden **Datenschutzproblematik**, dass Nutzer auch dann Drittplattformen nutzen würden, wenn der KiKA dort nicht aktiv sei. Es gelte daher, publizistische Interessen gegen datenschutzrechtliche Bedenken abzuwägen. In einem Leitfaden der Datenschutzbeauftragten von ARD, ZDF und Deutschlandradio seien für die verantwortlichen Redakteure

⁴⁴ Vgl. Kommentierung, S. 15ff.

⁴⁵ Vgl. Kommentierung, S. 19.

⁴⁶ Vgl. Kommentierung, S. 19f.

⁴⁷ Vgl. Kommentierung, S. 22f.

wesentliche Anforderungen zu Datenschutz und Datensicherheit formuliert.⁴⁸ KiKA betrachte es als seine Aufgabe, Kinder über das Thema zu informieren und auf einen verantwortungsvollen Umgang mit den eigenen Daten vorzubereiten. Nutzer von Drittplattformen würden auf Nutzungsbedingungen und Datenschutzregelungen, die möglicherweise nicht deutschen oder europäischen Vorgaben entsprächen, hingewiesen. Die Vermittlung von Medienkompetenz sei ein zentrales Anliegen des KiKA. So solle die KiKA Community einen begleiteten Einstieg in die soziale Medienwelt bieten und eine entsprechende Kompetenz im Bereich der sozialen Netzwerke fördern.⁴⁹

Beim **App-Angebot** würden datenschutzrechtliche Vorgaben strikt beachtet. Genannt werden die Prinzipien der Datenvermeidung und Datensparsamkeit sowie der Grundsatz der anonymen und pseudonymen Nutzung nach § 13 Abs. 6 Telemediengesetz (TMG). Die Verarbeitung personenbezogener Daten erfolge ausschließlich zu einem bestimmten legitimen Zweck, nach Wegfall dieses Zwecks würden die gesammelten Daten gelöscht. Daten würden nur so verarbeitet, wie dies zur Erfüllung des Zwecks erforderlich sei. Die Nutzer würden zudem über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung ihrer Daten altersgerecht informiert. Über eine erweiterte Datenschutzerklärung würden zudem Erziehungsberechtigte aktiv einbezogen. Zudem werde auf IT-Sicherheit geachtet.⁵⁰

Auch beim **Chat-Angebot**, welches in der Regel über die KiKA-Community erfolge, werde auf Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorgaben geachtet. Zur Nutzung der Community sei eine Registrierung der Kinder und schriftliche Einverständniserklärung der Eltern erforderlich. Die dort erhobenen personenbezogenen Daten würden ausschließlich für die Community genutzt, nach Beendigung der Mitgliedschaft gelöscht und nicht an Dritte weitergegeben. Chats im Rahmen des „Kummerkastens“ oder zu veranstalteten Webtalks seien unter Verwendung von Nicknames möglich.⁵¹

c) Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien

Der MDR-Rundfunkrat hat die Universität Halle unter der Projektleitung von Dr. Susanne Vollberg mit der Erstellung eines ergänzenden Gutachtens zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien zum publizistischen Wettbewerb beauftragt. Dieses Gutachten wird in Kapitel C 2.2.2 methodisch und inhaltlich ausführlich dargestellt. Auszugsweise wird bereits an dieser Stelle auf das Gutachten eingegangen, da darin sowohl die sich aus dem Mediennutzungsverhalten von Kindern abzuleitenden gesellschaftlichen Bedürfnisse als auch die angebotsspezifischen Aspekte Drittplattformaktivitäten, Apps und Personalisierung im Kontext von Kinderangeboten erörtert werden.

Haushalte verfügten heute europaweit über eine vielfältige Medienausstattung, sogenannte *digital homes*.⁵² Somit sei **Kindheit heute vor allem medial geprägt**. Das Gutachten betont, dass dies jedoch nicht bedeute, dass Kinder ausreichend kompetent

⁴⁸ Neufassung 2016. Arbeitskreis der Datenschutzbeauftragten von ARD, ZDF und Deutschlandradio (Hg.): *Leitlinien zum Datenschutz in den Telemedien- und Social-Media-Angeboten der Rundfunkanstalten*. Dem MDR-Rundfunkrat lag dieses Dokument im Rahmen seiner Beratung zum Angebot KiKA Telemedien vor. Von besonderer Relevanz ist hier das Kapitel „Minderjährigen-Datenschutz“, S. 42ff.

⁴⁹ Vgl. Kommentierung, S. 31f.

⁵⁰ Vgl. Kommentierung, S. 32.

⁵¹ Vgl. Kommentierung, S. 33.

⁵² Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 6.

im Umgang mit Medien seien und ein umfassendes Verständnis für deren Funktionen, Möglichkeiten und Grenzen aufwiesen. „Unstrittig ist daher die Notwendigkeit einer beratenden Begleitung von Kindern in den ihnen zur Verfügung stehenden medialen Welten.“⁵³ Anders als für ältere Nutzer sei das Internet für Kinder ein zentrales Informationsmedium, ein wesentlicher Kommunikationskanal und eine Unterhaltungsmöglichkeit zur Nutzung von Filmen, Spielen oder Musik.⁵⁴

Die Autorinnen sehen eine große Chance des KiKA, Erziehende und Pädagogen in der **Förderung technischer und inhaltlicher Medienkompetenz** zu unterstützen. Anhand diverser Studien stellen sie heraus, dass viele Eltern aber auch Kinder selbst hinsichtlich möglicher Gefahren und Risiken unsicher im Umgang mit den neuen Medien seien. Der KiKA stelle mit seinem Telemedienangebot ein umfangreiches Informationsangebot zur Verfügung, um den vielfältigen Fragen und Bedürfnissen der Erziehenden gerecht zu werden. In einem geschützten Raum erhielten Kinder zudem die Möglichkeit, erste eigene Erfahrungen im Umgang mit sozialen Netzwerken zu sammeln.⁵⁵

Als wesentlich für ein öffentlich-rechtliches Telemedienangebot wird angesehen, durch geeignete attraktive und zielgruppenadäquate Darstellungsformen eine **Zugangsmöglichkeit** zu gesellschaftlich relevanten Informationen zu schaffen und hierdurch alle Nutzer in den Meinungsbildungsprozess einzubinden.⁵⁶

In Anbetracht des Suchverhaltens von Kindern und der Erwartungshaltung, Medienangebote dauerhaft und jederzeit online abrufen zu können, halten die Autorinnen des Gutachtens eine Präsenz des KiKA auf für ältere Kinder relevanten **Drittplattformen für unverzichtbar**.⁵⁷ Vorausgesetzt, die Aktivitäten auf Drittplattformen oder sozialen Netzwerken würden ausreichend redaktionell begleitet, könne hierdurch die Bindung der älteren Kinder an das Telemedienangebot und damit an die Marke KiKA als Ganzes gestärkt werden.⁵⁸

Personalisierung stellt nach Auffassung der Gutachterinnen insbesondere für medien-erfahrene Kinder einen **deutlichen Mehrwert** eines Angebots dar⁵⁹ und wird für die Akzeptanz eines Angebots als wesentlich eingeschätzt. Durch die geplante redaktionelle Vorauswahl werde dabei eine verengte Mediennutzung vermieden.⁶⁰

Die Autorinnen regen an, ergänzend zum Telemedienangebot über spezielle **App-Angebote** nachzudenken, um „den kindlichen Bedürfnissen in einem sicheren Raum gerecht werden zu können“.⁶¹ Die zunehmende mobile Nutzung mache eine automatische Anpassung der Webseite durch native Apps und responsives Webdesign für verschiedene Displaygrößen der Endgeräte erforderlich. Die Entwicklung von Apps für spezielle Funktionen des KiKA-Angebots sei daher ein wichtiger Bestandteil des Konzepts.⁶²

⁵³ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 83.

⁵⁴ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 83.

⁵⁵ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 77ff.

⁵⁶ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 68f.

⁵⁷ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 71.

⁵⁸ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 87.

⁵⁹ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 71.

⁶⁰ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 87.

⁶¹ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 88.

⁶² Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 73.

d) Weitere Sachverhaltsermittlung (Nachfragen an die Intendantin)

Der MDR-Rundfunkrat hinterfragte die im Telemedienkonzept angesprochenen großen Reichweiten von KiKA-Inhalten auf YouTube. Mit Schreiben vom 09.03.16 verweist die Intendantin beispielhaft auf einige Inhalte des KiKA, welche durch Dritte ohne entsprechende Rechte auf YouTube zugänglich gemacht wurden und sehr hohe Reichweiten erzielten. Zudem erläutert die Intendantin, dass der KiKA seit 16.11.15 probeweise einen eigenen YouTube-Kanal aufbaue, um die Reaktionen der Zielgruppe zu testen. Die Intendantin sieht in der bisherigen deutlichen Resonanz einen Beleg für das **Bedürfnis, KiKA-Inhalte auch auf YouTube abrufen zu können.**⁶³

Des Weiteren erbat der MDR-Rundfunkrat Informationen, inwiefern eine Veröffentlichung von KiKA-Inhalten auf Drittplattformen mit dem Ziel, als „Schutzraum vor kommerziellen Interessen“ zu fungieren, vereinbar sei. Die Intendantin hebt in o.g. Schreiben hervor, dass der KiKA vor einer Nutzung von Drittplattformen eine sorgfältige Abwägung der Vor- und Nachteile vornehme. Sie führt zudem aus, dass die bei Eltern und Kindern sehr beliebte YouTube-Plattform auch dann genutzt werde, wenn der KiKA dort nicht vertreten sei. Um zu verhindern, dass Kinder auf YouTube problematische Inhalte nutzten, sei es erforderlich, auch **auf dieser Plattform eine öffentlich-rechtliche Alternative** anzubieten. Die Intendantin erläutert detailliert, welche Maßnahmen hierbei zum Schutz der Nutzer getroffen werden können, so dass unter dem Dach des KiKA auf YouTube ein **vergleichsweise geschützter Raum** entstehe.⁶⁴ Zudem verweist die Intendantin auf die von der Juristischen Kommission von ARD und ZDF herausgearbeiteten Vorgaben zur Einhaltung des Werbeverbots bei dem Einsatz von Drittplattformen. Nicht zuletzt will der KiKA auch auf seinen Drittplattform-Angeboten über **relevante Datenschutzaspekte** informieren und aufklären.⁶⁵

Auf die Frage des MDR-Rundfunkrats, welche Drittplattformen aus Sicht des KiKA „zielgruppenadäquat“ seien, erläutert die Intendantin, nach welchen **Auswahlkriterien** eine Entscheidung für eine Drittplattform erfolge. So müsse die Drittplattform frei zugänglich, d.h. frei von Zugangsbarrieren (Bezahlschranke, Jugendschutzgründe, Registrierungsnotwendigkeit) sein, eine relevante Reichweite innerhalb der Zielgruppe erzielen und idealerweise zusätzliche Nutzer erreichen. Zudem müssten die Positionierung, Ausrichtung und Funktionalitäten der Zielgruppe und den Werten des KiKA entsprechen. So sei YouTube in der Zielgruppe sehr beliebt, die Bewegtbildinhalte seien auch ohne Anmeldung abrufbar und Alterseinschränkungen gälten nur für die Führung eines Kontos als registrierter Nutzer. Dahingegen gehe es bei Facebook sehr viel stärker um die Veröffentlichung persönlicher Informationen und eine aktive Beteiligung. Daher gelte dort eine Altersbeschränkung ab 13 Jahre für eine aktive Nutzung. Zudem sei dort eine Moderation von Kommentaren wie auf YouTube nicht möglich.⁶⁶

Die Intendantin erläutert auf Nachfrage des MDR-Rundfunkrats, mit welchen Maßnahmen die Nutzer für das KiKA Telemedienangebot interessiert werden sollen. Das **Branding** der KiKA-Drittplattforminhalte umfasse das KiKA-Senderlogo, sämtliche Ele-

⁶³ Vgl. Antwort der Intendantin auf Nachfragen des Rundfunkrats vom 09.03.16, S. 1.

⁶⁴ S.o. b) *Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)*, S. 30.

⁶⁵ Vgl. Antwort der Intendantin auf Nachfragen des Rundfunkrats vom 09.03.16, S. 2ff.

⁶⁶ Vgl. Antwort der Intendantin auf Nachfragen des Rundfunkrats vom 09.03.16, S. 5f.

mente des Sendedesigns sowie zukünftig einen einheitlichen Opener in Form eines animierten Logos. Der YouTube-Kanal sei im KiKA-Design gestaltet und verlinke in den Kanalinfos, im Header (KiKA-Logo), in Titeln und Playlists auf das eigene Angebot. In den Videobeschreibungen werde auf weiterführende Informationen unter kika.de verwiesen. Von einer Staffel eines Formats sollen zudem lediglich ein bis zwei Folgen abrufbar sein, die ganze Serie sei dann über kika.de nutzbar.⁶⁷

Auf die Bitte des MDR-Rundfunkrats, das Konzept zur geplanten **Personalisierung** genauer zu erläutern, stellt die Intendantin fest, dass die Anpassung eines Telemedienangebots an persönliche Vorlieben, Bedürfnisse und Fähigkeiten mittlerweile zum Bedürfnis und zur Erwartung von Mediennutzern gehöre. Anbieter, die solchen Erwartungen nicht Rechnung tragen würden, müssten mit zunehmender Ablehnung rechnen. Personalisierung ermögliche es dem KiKA, möglichst viele Kinder unterschiedlicher Gruppierungen zu erreichen und hierdurch dem Integrationsauftrag gerecht zu werden. Entsprechend datenschutzrechtlicher Vorgaben müsse eine wirksame Anonymisierung des Angebots vorgenommen werden. Die angestrebten Maßnahmen entsprächen daher eher einer Individualisierung als einer Personalisierung des Angebots. Falls Daten verarbeitet werden sollen, die eine Identifizierung des Nutzers ermöglichen, sei das Einverständnis der Eltern erforderlich. Anwender sollen über den Einsatz, die Ausgestaltung und den Nutzen von Personalisierung aufgeklärt werden und die Möglichkeit haben, auf Personalisierung zu verzichten.⁶⁸

Bei der Auswahl personalisierbarer Inhalte wird laut Intendantin den vom KiKA definierten **Qualitätsstandards** Rechnung getragen. Inhalte des KiKA sollen Orientierung bieten und Denkanstöße liefern. Sie sollen unterhalten, aber dabei die gesellschaftliche Realität und Lebenswirklichkeit der Kinder abbilden und Möglichkeiten zur Konfliktlösung aufzeigen. Gewalt werde auch thematisiert, aber nicht als Mittel zur Problemlösung dargestellt oder zur reinen Spannungssteigerung eingesetzt. Daneben solle Wissen vermittelt werden. Um den unterschiedlichen Bedürfnissen von Kindern gerecht zu werden, gebe es eine breite Auswahl von Programmgenres für Kinder in verschiedenen Entwicklungsstufen.⁶⁹

In der Sitzung des Telemedienausschusses vom 29.08.16 erläutert ein Mitarbeiter des KiKA zum derzeitigen Planungsstand der Weiterentwicklung von KiKA Telemedien, **Personalisierungsmöglichkeiten** seien vor allem angedacht, um die Nutzerfreundlichkeit des Angebots zu verbessern.

e) *Empfehlungen der mitberatenden Gremien*

GVK, ARD-Programmbeirat und ZDF-Fernsehrat sind der Auffassung, dass das Angebot KiKA Telemedien vom **Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks** umfasst ist. Laut GVK trügen das Angebot und seine unterschiedlichen Teilangebote den Nutzererwartungen und Bedürfnissen der Zielgruppe Rechnung.

Das Angebot ist nach Überzeugung der GVK und des ZDF-Fernsehrats geeignet, bei den jungen Nutzern Medienkompetenz zu fördern und Orientierungshilfe in einer zunehmend unübersichtlichen Medienwelt zu leisten. Dabei sei die Vermittlung von **Medien-**

⁶⁷ Vgl. Antwort der Intendantin auf Nachfragen des Rundfunkrats vom 09.03.16, S. 6ff.

⁶⁸ Vgl. Antwort der Intendantin auf Nachfragen des Rundfunkrats vom 09.03.16, S. 11f.

⁶⁹ Vgl. Antwort der Intendantin auf Nachfragen des Rundfunkrats vom 09.03.16, S. 13.

kompetenz ein zentrales Anliegen des Angebots. Den Erwartungen der Nutzer und deren Eltern an ein öffentlich-rechtliches Kinderangebot sollte laut GVK auch insoweit entsprochen werden, als dass dem **Datenschutz und der Vermittlung von Medienkompetenz eine herausragende Rolle** zukommt.

Der ZDF-Fernsehrat erwartet, dass die **barrierefreien Angebote** auch im Online-Bereich weiter ausgebaut werden.

Das dargestellte Verweildauerkonzept sowie die **Strategie der Präsenz auf allen relevanten Distributionswegen und Plattformen** hält der ZDF-Fernsehrat mit Blick auf die vermehrte mobile und non-lineare Mediennutzung sowie den Bildungsauftrag für angemessen. Die GVK, der ZDF-Fernsehrat sowie der ARD-Programmbeirat erachten die Verbreitung des Angebots über Drittplattformen grundsätzlich für zulässig und zur Erreichung der Zielgruppe für erforderlich. Angesichts der besonders schützenswerten Zielgruppe der KiKA Telemedien ist laut GVK dabei jedoch **besondere Sorgfalt auf die Auswahl geeigneter Drittplattformen** zu verwenden. Die GVK begrüßt, dass der Auswahl geeigneter und kindgerechter Drittplattformen eine sorgfältige Abwägung unter Anwendung bestimmter allgemeiner Auswahlkriterien vorangestellt werden soll. Nach Ansicht der GVK sollte dabei klar nach dem Alter der potenziellen Nutzer differenziert werden. Mit Verweis auf den Anspruch des Telemedienkonzepts („Eltern können sicher sein, dass ihre Kinder nicht mit ungeeigneten Inhalten konfrontiert werden“⁷⁰) hält der ARD-Programmbeirat es für notwendig, dass auch auf Drittplattformen für KiKA-Inhalte ein **möglichst sicherer und geschützter Raum** gewährleistet wird.

Ziel von KiKA Telemedien sollte nach Ansicht der GVK sein, einen **geschützten Rahmen** für die Internetnutzung von Kindern zu bieten. Hierzu sei auch die **Entwicklung von (Themen-)Apps** ein geeignetes Mittel. Auch Verlinkungen auf Angebote Dritter sollten unter diesem Aspekt besonders geprüft werden. Der Einsatz von **Verlinkungen zu externen Angeboten** sollte auf solche Ausnahmen beschränkt werden, bei denen sichergestellt ist, dass Kinder nicht auf problematische Inhalte stoßen. Umgekehrt sollten Nutzer von Drittplattformen durch Verlinkungen konsequent auf das eigene Angebot gelenkt werden.

Damit das KiKA Telemedien-Angebot nicht den Anschluss an die Entwicklungen in der digitalen Welt und damit an Akzeptanz verliert, muss es nach Ansicht des ARD-Programmbeirats auch die **Möglichkeit der Personalisierung** bieten. Eine automatisierte Personalisierung hält der ARD-Programmbeirat grundsätzlich für problematisch und bei einem Angebot für Kinder für ungeeignet. Einer Personalisierung wie im Telemedienkonzept beschrieben stimmt der ARD-Programmbeirat jedoch ohne Einschränkung zu. Seiner Meinung nach sollte der MDR-Rundfunkrat bei seinen weiteren Beratungen besonders darauf achten, dass ein personalisiertes Angebot **nicht zulasten eines möglichst breiten (Bildungs-)Angebots** geht, dass die Personalisierung **redaktionell betreut und transparent gestaltet** wird und ein Einverständnis der Eltern ausschließlich dann gefordert wird, wenn eine Identifizierung des Nutzers möglich wäre.

⁷⁰ TMK, S. 34.

f) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Die Zugangsmöglichkeit zum Internet und dessen Nutzung gehört für viele Kinder in Deutschland längst zum Alltag. Nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats belegen die Daten der Mediennutzungsforschung ein **grundsätzliches Bedürfnis nach einem zielgruppengerechten und ansprechenden Onlineangebot für Kinder**, das speziell auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausgerichtet ist und die Aneignung notwendiger Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medien unterstützt. Gestiegen ist zwischen 2010 und 2014 insbesondere die Häufigkeit und Dauer der Internetnutzung von Kindern.⁷¹ Dabei gewinnt das Internet insbesondere bei den älteren Kindern an Bedeutung. Während 2014 39% der 6- bis 7-Jährigen mindestens gelegentlich das Internet nutzten, waren es bei den 10-11-Jährigen 94%. Kinder und Jugendliche verwenden das Internet insbesondere zum Schauen von Videos, für die Suche nach Informationen (70%), zum Musik hören (56%) und für Online-Spiele (55%). Für jüngere Kinder bis acht Jahre sind in erster Linie die Videonutzung und Spiele von Interesse, mit zunehmendem Alter wird das Internet für vielfältigere Tätigkeiten genutzt.⁷² Festzustellen ist auch, dass sich Mediennutzung und kommunikative Aktivitäten zunehmend überschneiden. Interaktion und Generierung von eigenen Inhalten wird für den älteren Teil der Zielgruppe bedeutsamer.⁷³ Zudem ist bei heranwachsenden Mediennutzern wie in der Gesamtbevölkerung auch eine zunehmende Verschiebung von der linearen Fernsehnutzung hin zu einer **individualisierten, zeit- und ortssouveränen Mediennutzung** festzustellen, die den unterschiedlichen familiären Tagesabläufen in stärkerem Maße gerecht wird.

Der MDR-Rundfunkrat stellt daher fest, dass eine Weiterentwicklung des Telemedienangebots des KiKA zu einem zeitgemäßen, den Bedürfnissen der Nutzer und den Möglichkeiten des Mediums entsprechenden und über unterschiedliche Verbreitungskanäle zugänglichen Angebot zwingend erforderlich ist, um auch in Zukunft junge Nutzer mit öffentlich-rechtlichen Qualitätsinhalten vertraut machen zu können.

Allgemeine Anforderungen des RStV

Der RStV benennt in § 11 allgemeine Anforderungen an öffentlich-rechtliche Angebote, um den demokratischen, kulturellen und sozialen Bedürfnissen der Gesellschaft gerecht werden zu können. Die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollen demnach der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung dienen sowie Beiträge insbesondere zur Kultur anbieten.

Das Telemedienkonzept, die ergänzenden Ausführungen der Intendantin sowie das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien zum publizistischen Wettbewerb legen nach Ansicht des MDR-Rundfunkrats überzeugend dar, dass das Angebot KiKA Telemedien in besonderem Maße einen **Bildungsbeitrag** leistet. Über vielfältige Themenbereiche, Genres und Darstellungsformen wird kindgerecht und auf unterhaltsame Weise **informiert** und hierbei Wissen und (kulturelle) Werte vermittelt. Zudem

⁷¹ Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.): KIM-Studie 2014. Kinder + Medien. Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2015, S. 35. Im Folgenden kurz: KIM 2014.

⁷² Vgl. BITKOM Research: Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft. 2014.

⁷³ Vgl. KIM 2014, S. 37.

soll auch die kognitive, soziale und motorische Entwicklung von Kindern gefördert werden. Das Angebot will auch **Beratung** und Tipps in schwierigen Situationen und Lebenslagen geben. Auch **Unterhaltung** ist Angebotsbestandteil von KiKA Telemedien.

Telemedienspezifische Anforderungen des RStV

Der RStV definiert als **telemedienspezifische Aufgaben** des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, allen Bevölkerungsgruppen Teilhabe an der Informationsgesellschaft zu ermöglichen, Orientierungshilfe zu bieten und die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten zu fördern (§ 11d Abs. 3).

Orientierung

KiKA Telemedien helfen bei der Orientierung in einer zunehmend unübersichtlichen Welt der digitalen Medien, indem einerseits auf KiKA Telemedien als vertrauenswürdige, sicher und kindgerecht einzustufendes Angebot risikofrei zugegriffen werden kann und andererseits das Angebot selbst auf vielfältige Weise über die Funktionsweise, Chancen und Risiken digitaler Medien informiert. Auch Eltern fühlen sich zunehmend unsicher und überfordert im Umgang mit digitalen Medien und äußern in diversen Mediennutzungsstudien ein Bedürfnis nach Absicherung und Informationen, um die Eignung von Medien für ihre Kinder bewerten zu können. Laut Telemedienkonzept sollen KiKA Telemedien Erwachsene dazu befähigen, „Kinder in der Online-Welt zu begleiten und auf alle Erfahrungen sowie mögliche Risiken des Umgangs im Netz vorzubereiten.“⁷⁴

Darüber hinaus bietet das Angebot Hilfestellung bei Fragen aus dem Alltag der Kinder oder zum Umgang mit Medien.

Orientierung schafft das Angebot auch strukturell, indem entsprechend der unterschiedlichen Lese- und Schreibkompetenzen zwischen einem Angebot für Vorschüler und für ältere Kinder differenziert wird. Zudem will der KiKA auf Plattformen Dritter wie YouTube durch technische und redaktionelle Maßnahmen Kinder auf weitere Inhalte des KiKA sowie das KiKA-eigene Telemedienangebot aufmerksam machen und so dafür Sorge tragen, dass Kinder auf für sie geeignete Inhalte zugreifen – auch dies ist ein Beitrag zur Orientierung im digitalen Medienangebot.

Nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats sind KiKA Telemedien geeignet, Orientierungshilfe zu leisten, indem das Angebot kindgerecht informiert und Wissen – auch über digitale Medien - zur Verfügung stellt, über Sachverhalte aufklärt, gesellschaftliche Ereignisse nachvollziehbar und verständlich erklärt und einordnet, aber auch dabei hilft, persönliche Erlebnisse einzuordnen und zu bewerten.

Teilhabe

Ein einfach und intuitiv bedienbares Telemedienangebot ohne technische oder inhaltliche Zugangsbarrieren ermöglicht allen Nutzern die Teilhabe an der Informationsgesellschaft. Der MDR-Rundfunkrat betrachtet in diesem Zusammenhang ebenso wie der ZDF-Fernsehrat die Barrierefreiheit als ein zentrales Anliegen und wesentlichen Bestandteil der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Neben einem „möglichst

⁷⁴ TMK, S. 33.

hohen Grad der Barrierefreiheit“⁷⁵ in der Gesamtgestaltung des Internetangebots ist in diesem Zusammenhang auch die Untertitelung im Teletextangebot des KiKA hervorzuheben. **Der MDR-Rundfunkrat erwartet den weiterhin konsequenten Ausbau des barrierefreien Angebots.**⁷⁶

Teilhabe zu ermöglichen bedeutet auch, zielgruppenadäquate Darstellungsformen zu verwenden, die den Nutzern den Zugang zu Inhalten und das Verständnis erleichtern, aber auch auf relevanten Plattformen vertreten zu sein, um potenzielle Nutzer überhaupt erreichen zu können. In diesem Sinne sind den im Telemedienkonzept beschriebenen Weiterentwicklungen hohe Bedeutung hinsichtlich der Zugänglichkeit des Angebots beizumessen. Das Teletextangebot ermöglicht zudem auch Nutzern ohne Internetanschluss Zugang zu Inhalten des KiKA.

Nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats leistet das Angebot KiKA Telemedien darüber hinaus einen Beitrag zur Teilhabe an gesellschaftlichen Diskursen und am Meinungsbildungsprozess, indem Wissen und Informationen zu gesellschaftlich relevanten Themen vermittelt werden, aber auch durch Interaktions- und Kommunikationsfunktionen der Diskurs der Nutzer untereinander sowie ein Rückkanal zum KiKA selbst ermöglicht wird.

Medienkompetenz

Das Internet wird zunehmend zum Wissensspeicher der Gesellschaft und durchdringt alle Lebensbereiche. Insbesondere jüngere Nutzer beziehen Informationen mittlerweile primär über das Internet, das neue Leitmedium dieser Zielgruppe. Telemedien haben daher beim informellen Lernen außerhalb der formalen Institutionen eine besondere Relevanz. **Voraussetzung für den zielorientierten Einsatz der Medien zum Wissenserwerb ist jedoch Medienkompetenz.** Dies bedeutet, „Kinder zu befähigen, Medien zu ihren eigenen Zwecken und in einem altersangemessenen Maß selbstständig, eigenverantwortlich und selbstbestimmt nutzen zu können.“⁷⁷

Wie das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien feststellt, führt das Aufwachen im Medienzeitalter jedoch nicht automatisch zu umfänglicher digitaler Kompetenz. Vielmehr kommt nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats dem KiKA hier die aus bildungspolitischer und gesellschaftlicher Sicht immer wichtiger werdende Aufgabe zu, Heranwachsende beim Erwerb von Medienkompetenz zu unterstützen, indem über vielfältige Facetten digitaler Medien anschaulich, kindgerecht und verständlich informiert wird und wichtige Impulse für eine kritische Auseinandersetzung mit Chancen und Risiken digitaler Medien gesetzt werden. **Übereinstimmend mit der GVK und dem ZDF-Fernsehrat unterstützt der MDR-Rundfunkrat die Förderung von Medienkompetenz daher als zentrales Anliegen des Angebots und befürwortet die im Telemedienkonzept beschriebenen Maßnahmen.**

Einerseits können technische Fertigkeiten im Umgang mit Computer und Internet durch Spiele, Grußkarten, Download- oder Uploadmöglichkeiten trainiert werden. In verschiedenen Bereichen des Angebotes gibt es Hinweise zum sensiblen Umgang mit den eigenen Daten oder Warnungen vor Gefahren im Netz. Das Angebot regt zudem aktiv

⁷⁵ TMK, S. 31.

⁷⁶ Weitere Ausführungen hierzu im Kapitel C 2.2.2 (Bewertung des publizistischen Beitrags).

⁷⁷ Wagner, Ulrike; Eggert, Susanne, Schubert, Gisela: MoFam – Mobile Medien in der Familie. Kurzfassung der Studie, München 2016, S. 13.

zur eigenen Mediengestaltung an, beispielsweise durch Bastelanleitungen oder Malbilder sowie die Möglichkeit, diese einzusenden oder hochzuladen. Interaktive und kommunikative Elemente fördern den Diskurs unter den Nutzern und regen zu einer kritischen Auseinandersetzung mit Sendungen oder Inhalten des Angebots an. In einem geschützten Bereich kann zudem der Umgang mit sozialen Medien gelernt werden.

Eine Studie des Instituts für Medienpädagogik (JFF) stellt daneben auch bei Eltern und pädagogischen Fachkräften einen hohen Bedarf an medienerzieherischen Informations- und Beratungsangeboten fest: „Fachkräfte wie Eltern thematisieren ihren Wunsch nach Informationen und Wissen gerade in Bezug auf die mobilen Medien und damit verbundene aktuelle Entwicklungen. Sie haben dabei mehr und mehr das Gefühl, nicht auf dem Laufenden zu sein und nicht mehr Schritt halten zu können mit der heranwachsenden Generation.“⁷⁸ Auch die „DIVSI U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt“ konstatiert auf Seiten der Eltern eine Grundunsicherheit gegenüber dem Internet; nicht kindgerechte Inhalte und die noch fehlende Fähigkeit, seine Privatsphäre ausreichend zu schützen, werden als zentrale Risiken bei der Nutzung des Internets durch jüngere Kinder genannt.⁷⁹ An diesen zunehmenden Bedarf knüpft auch der im Telemedienkonzept KiKA Telemedien vorgesehene Ausbau des Begleitangebots für Erwachsene und Pädagogen an, der vom MDR-Rundfunkrat entsprechend positiv bewertet wird. Hier sollen Eltern und Pädagogen Hinweise zur Förderung von Medienkompetenz, zur Unterstützung und Begleitung der Mediennutzung ihrer Kinder sowie Links für weitere medienpädagogische Informationen finden. Außerdem ist geplant, die Interaktionsmöglichkeiten über einen Blog zu erweitern.

Zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats steht daher fest, dass KiKA Telemedien geeignet sind, die technische und inhaltliche Medienkompetenz von Kindern und Erwachsenen zu fördern.

Auftragsrelevanz spezifischer Angebotsbestandteile

In mehreren Stellungnahmen wird angezweifelt, dass Drittplattformpräsenzen, Apps zu bestimmten Angebotsbestandteilen und Personalisierungsfunktionen mit dem Integrationsauftrag in Einklang stehen. Der MDR-Rundfunkrat hat sich mit diesen Angebotsformen daher intensiv auseinandergesetzt.

Drittplattformen

Ergebnisse der Mediennutzungsforschung machen deutlich, dass die kommerzielle Bewegtbildplattform YouTube – anders als in der Stellungnahme der MG RTL nahegelegt – bereits bei Kindern einen sehr hohen Stellenwert genießt. Das Videoportal YouTube wird mit 24% am häufigsten auf die Frage nach den liebsten Internetseiten genannt (KiKA: 8%, Toggo: 7%).⁸⁰

Vor diesem Hintergrund wird nach Ansicht des MDR-Rundfunkrats die besondere Herausforderung des KiKA zukünftig darin bestehen, in einer zunehmend fragmentierten Medienlandschaft auch potenzielle Nutzer anzusprechen, die weder über das lineare

⁷⁸ Wagner, Ulrike; Eggert, Susanne, Schubert, Gisela: MoFam, 2016, S. 14.

⁷⁹ Vgl. DIVSI U9-Studie. Kinder in der digitalen Welt. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), 2015, S. 97.

⁸⁰ Vgl. KIM 2014, S. 34. Siehe auch Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 53.

KiKA-Angebot noch das KiKA-eigene Telemedienangebot erreichbar sind. Zugleich ist es für die Zukunftssicherung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wesentlich, bereits Kinder mit dem Qualitätsanspruch öffentlich-rechtlicher Angebote vertraut zu machen. Aus diesem Grund gelangt der MDR-Rundfunkrat zu der Überzeugung, dass es dem KiKA grundsätzlich möglich sein muss, seine Inhalte über Drittplattformen anzubieten, um insbesondere auch ältere Kinder stärker ansprechen zu können. Der Fragmentierung der Nutzer wird hierdurch – anders als vom VPRT und der MG RTL argumentiert – entgegengewirkt, indem die Zugänglichkeit des Angebots KiKA Telemedien gesteigert wird. Diese Auffassung stützt auch das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, wonach Drittplattformaktivitäten ein geeignetes Mittel zur Bindung älterer Nutzer an den KiKA darstellen. **Der MDR-Rundfunkrat vertritt die Überzeugung, dass es sich bei Aktivitäten des KiKA auf Drittplattformen um einen Beitrag zur Integration handelt, da über Drittplattformen gesellschaftlich relevante, qualitativ hochwertige Inhalte des KiKA auch denjenigen Kindern zugänglich gemacht werden sollen, die anderweitig nicht mit den Angeboten des KiKA in Kontakt kommen.**

Der MDR-Rundfunkrat hält grundsätzlich auch die von der MG RTL und dem VPRT geäußerten Bedenken für nachvollziehbar, dass Drittplattformen, welche auch für Kinder weniger geeignete oder problematische Inhalte anbieten oder aus Datenschutzsicht kritisch zu beurteilen sind, keinen mit dem KiKA-eigenen Telemedienangebot vergleichbaren Schutzraum für Kinder darstellen. **Die Intendantin hat in ihrer Kommentierung und auf Nachfrage des MDR-Rundfunkrats allerdings sehr umfassend und schlüssig dargelegt, durch welche redaktionellen und technischen Maßnahmen ein bestmöglicher Schutz vor kommerziellen oder problematischen Inhalten Kindern geboten werden kann, wenn diese auf Drittplattformen veröffentlichte Inhalte des KiKA nutzen.** Genannt werden hier eine umfangreiche redaktionelle Moderation und Kontrolle der Kommunikation durch geschultes Personal sowie technische Maßnahmen, um Kinder zum Verbleib im KiKA-Kanalangebot oder zu einem Wechsel zu kika.de zu animieren. Zudem hat die Juristische Kommission von ARD und ZDF Vorgaben zur Einhaltung des Werbeverbots bei dem Einsatz von Drittplattformen herausgearbeitet. In Bezug auf Datenschutzaspekte wird auf einen Leitfaden der Datenschutzbeauftragten von ARD, ZDF und Deutschlandradio⁸¹ verwiesen und dargelegt, dass die Nutzer durch entsprechende Informationen für Datenschutzbelange sensibilisiert werden sollen.⁸² Die Intendantin hat daneben klar herausgestellt, dass es vor jeder Entscheidung über den Einsatz einer Drittplattform einer sorgfältigen Abwägung bedarf, welche Drittplattformen als für die Zielgruppe und die publizistischen Interessen des KiKA angemessen gelten können. **Auf Empfehlung des Telemedienausschusses des MDR-Rundfunkrats wurden im Telemedienkonzept entsprechende Konkretisierungen vorgenommen, um die Maßnahmen zur Herstellung eines bestmöglichen Schutzes auf Drittplattformen genauer zu erläutern.**⁸³

Das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien hebt auch hervor, das qualitativ hochwertige Telemedienangebote nicht zum Verlassen des geschützten Kin-

⁸¹ Neufassung 2016.

⁸² S.o. Abschnitt „Medienkompetenz“.

⁸³ Vgl. TMK, S. 36.

derangebots auffordern sollen.⁸⁴ Diesem Gutachten und der Empfehlung der GVK entsprechend fordert der MDR-Rundfunkrat den KiKA auf, dafür Sorge zu tragen, dass dieser Schutzraum nicht durch Verlinkungen auf kommerzielle Drittplattformen bzw. Dritte, bei denen problematische Inhalte nicht ausgeschlossen werden können, aufgeweicht wird. **Bei dem Einsatz von Verlinkungen zu externen Angeboten ist daher sicherzustellen, dass Kinder nicht auf problematische Inhalte stoßen.**

Der MDR hat für die redaktionelle Arbeit auf Drittplattformen weitergehende Regelungen getroffen, welche auch für den KiKA Geltung haben.⁸⁵ Laut „Leitlinien für Telemedienangebote des MDR auf Plattformen Dritter“ ist für jede Drittplattform vor ihrer Nutzung eine Prüfung hinsichtlich verschiedener Auswahlkriterien wie der Wahrung der Persönlichkeits-, Urheber- und Datenschutzrechte aber auch der publizistischen Relevanz, Erreichbarkeit der Zielgruppe oder Zugangsoffenheit durchzuführen. Vor Einsatz einer Drittplattform ist ein Nutzungskonzept zu erstellen. Es gelten dieselben redaktionellen und journalistischen Standards und Vorgaben wie für die eigenen Plattformen. Nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats tragen die in den Leitlinien festgelegten Regelungen ebenfalls dazu bei, einen bestmöglichen Schutz der Nutzer zu gewährleisten.

Aus der Anwendung redaktionell-publizistischer Kriterien mit besonderem Blick auf die Schutzbedürftigkeit der Zielgruppe bei der Entscheidung über den Einsatz einer Drittplattform ergibt sich auch, dass Inhalte des KiKA entgegen der Forderung der MG RTL nicht auf allen Plattformen gleichberechtigt angeboten werden können.

Der MDR-Rundfunkrat hebt auch hervor, dass das letztendliche strategische Ziel sein muss, Nutzer für das KiKA-eigene Angebot zu gewinnen und keinesfalls Drittplattformen durch eine Bewerbung zusätzlich zu stärken. Hierzu hat die Intendantin dargelegt, durch welche Branding-Maßnahmen sichergestellt werden soll, dass Inhalte auf Drittplattformen eindeutig dem öffentlich-rechtlichen Kinderkanal-Angebot zugeordnet werden können bzw. wie die Nutzer zum KiKA-eigenen Telemedienangebot hingeführt werden sollen. Die Forderung des VPRT, Drittplattformen nur zu reinen Marketingzwecken einzusetzen, greift jedoch zu kurz. Um die Akzeptanz der Nutzer zu erlangen, müssen auch auf Drittplattformen nutzergerechte, zielgruppenrelevante, attraktive und qualitativ hochwertige Inhalte angeboten werden dürfen. Laut Intendantin sollen jedoch keine kompletten Staffeln über Drittplattformen angeboten werden, sondern lediglich einzelne Folgen verbunden mit einem Verweis auf das KiKA-eigene Angebot. Kern von KiKA Telemedien bleibt somit die KiKA-eigene Plattform, Drittplattformaktivitäten dienen der Ergänzung dieses Angebots.

Insbesondere mit Blick auf die besonderen Schutzbedürfnisse der heranwachsenden Zielgruppe sowie hinsichtlich möglicher zukünftiger Entwicklungen hat der MDR-Rundfunkrat die Erwartung, dass stets alle relevanten Aspekte, die für oder gegen einen Einsatz einer bestimmten Drittplattform sprechen, sorgfältig abgewogen werden und geeignete Maßnahmen zum bestmöglichen Schutz der Nutzer ergriffen werden. Unter Berücksichtigung der vorgenannten Anforderungen kommt der MDR-Rundfunkrat zu dem Ergebnis, dass Auftritte des KiKA auf Drittplattformen von seinem Auftrag umfasst sind.

⁸⁴ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 40ff. Für genauere Ausführungen siehe auch Kapitel C 2.2.2.

⁸⁵ Vgl. Schreiben der Intendantin vom 09.11.16.

Klarstellend weist der MDR-Rundfunkrat darauf hin, dass dem Gremium auch die Aufsicht über alle vom KiKA auf Drittplattformen veröffentlichten Inhalte obliegt. Er ist daher regelmäßig über den Einsatz von Drittplattformen zu informieren.

Personalisierung

Personalisierung eines Angebotes meint die Berücksichtigung individueller Interessen und Vorlieben entweder auf Basis erhobener Nutzungsdaten, Identifikation von Anwendungen oder auf Grundlage der von Nutzern angegebenen Präferenzen. Auf dem Markt etablieren sich derzeit zahlreiche Personalisierungsfunktionen wie Empfehlungen, Merklisten oder Playlists, welche wiederum die Erwartungen der Nutzer an ein zeitgemäßes Angebot prägen. Durch Personalisierung wird die Suche nach Inhalten oftmals vereinfacht. Auch auf eine breite Zielgruppe ausgerichtete Angebote bieten den einzelnen Nutzern eine auf ihre Interessen zugeschnittene Inhalteauswahl. Personalisierungsfunktionen können somit als Orientierungshilfe verstanden werden und sind laut KiKA nach derzeitigem Planungsstand insbesondere zur Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit angedacht.

Insbesondere mit Blick auf die Heterogenität der Zielgruppe von KiKA Telemedien kann Personalisierung nach Ansicht des MDR-Rundfunkrats eine geeignete Möglichkeit darstellen, ein an die jeweiligen Fähigkeiten, Bedürfnisse und Vorlieben angepasstes Angebot zu gestalten. Für ein öffentlich-rechtliches Telemedienangebot entscheidend ist dabei jedoch, inwieweit trotz Personalisierungsmöglichkeiten der gesamtgesellschaftliche Diskurs gewährleistet werden und somit dem Integrationsauftrag entsprochen werden kann. Diesbezügliche Bedenken wurden in der Stellungnahme des VPRT geäußert. Hierzu hat die Intendantin ausgeführt, dass es nicht möglich sein soll, ganze Themenbereiche abzuwählen. Zudem soll redaktionell gesteuert werden, welche Inhalte personalisierbar sind und welche Inhalte allen Nutzern angezeigt werden. **Auf Empfehlung des Telemedienausschusses des MDR-Rundfunkrats wurde das Telemedienkonzept diesbezüglich konkretisiert.**⁸⁶

Das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien schätzt den mit einer Personalisierung verbundenen Mehrwert als erheblich und für die zukünftige Akzeptanz als wesentlich ein. Es ist in diesem Zusammenhang hervorzuheben, dass ein Telemedienangebot nur dann einen Beitrag zur Integration leisten kann, wenn es auch zukünftig von den Nutzern als zeitgemäß und zielgruppengerecht angesehen wird und eine entsprechend breite Akzeptanz findet.

Der MDR-Rundfunkrat fordert, dass ein personalisiertes Telemedienangebot des KiKA so ausgestaltet sein muss, dass die inhaltliche Breite an gesellschaftlich relevanten Inhalten des KiKA erhalten bleibt.

Der MDR-Rundfunkrat betont zudem, dass ein besonderes Augenmerk auf ausreichenden Datenschutz bei personalisierten Angeboten zu legen ist. Besonders hervorzuheben ist die Freiwilligkeit der Nutzung, das Angebot muss auch ohne Registrierung oder Verwendung von Personalisierungsfunktionen nutzbar sein. Im Telemedienkonzept wird hierzu dargelegt, dass Nutzer auf ein redaktionell konfektioniertes Standard-Angebot zugreifen können, wenn sie sich gegen eine Personalisierung ent-

⁸⁶ Vgl. TMK, S. 39.

scheiden.⁸⁷ Die Erhebung von Daten muss auf das notwendige Minimum beschränkt sein. Für den Nutzer sollte transparent sein, welche Daten erhoben oder gespeichert werden. Der MDR-Rundfunkrat begrüßt in diesem Zusammenhang die von den Datenschutzbeauftragten der ARD, des ZDF und des Deutschlandradios erstellten „Leitlinien zum Datenschutz in den Telemedien- und Social-Media-Angeboten der Rundfunkanstalten“, in denen die Anforderungen an den Datenschutz in Zusammenhang mit Personalisierung und Minderjährigen-Datenschutz detailliert formuliert sind. Die Intendantin hat im Telemedienkonzept und in ihrer Kommentierung zudem ausführlich dargelegt, wie ein umfassender Datenschutz bei den Angeboten des KiKA gewährleistet werden soll.

Auf Basis des Telemedienkonzepts stellt der MDR-Rundfunkrat daher fest, dass die Personalisierung von KiKA Telemedien in der beschriebenen Form mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag des KiKA vereinbar ist. Mit der Umsetzung der Personalisierung von KiKA Telemedien wird sich der MDR-Rundfunkrat im Rahmen der fortlaufenden Programmkontrolle eingehend befassen.

Apps

Anders als in der Stellungnahme des VPRT befürchtet, sieht der MDR-Rundfunkrat keine Gefahr einer Fragmentierung durch Themen-Apps. Zunächst kann mit Hilfe eines App-Angebots die Darstellung von KiKA Telemedien auf mobilen Geräten optimiert werden. Zum anderen stellt es insbesondere eine Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit dar, wenn eine App einen themen- oder zielgruppenspezifischen Teil des KiKA-Telemedienangebots herausstellt und gebündelt darstellt. Die Auswahl von für die Nutzer relevanten Inhalten wird durch eine themen- oder zielgruppenspezifische App erleichtert. Positiv zu bewerten ist mit Blick auf jüngere Nutzer auch der geschlossene Charakter eines solchen Angebots. Darüber hinaus stellt der MDR-Rundfunkrat fest, dass der KiKA keineswegs eine Vielzahl von App-Angeboten plant. Wie die Intendantin bzw. der KiKA deutlich gemacht hat, ist für die nähere Zukunft nur eine sehr überschaubare Zahl von App-Angeboten angedacht.

Apps stellen nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats übereinstimmend mit der GVK eine geeignete Möglichkeit dar, um auf nutzerfreundliche und zielgruppengerechte Weise in einem geschützten Raum das Telemedienangebot des KiKA nutzen zu können. Der MDR-Rundfunkrat unterstützt daher die Entwicklung geeigneter Apps durch den KiKA.

Ergebnis Stufe 1:

Zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats steht fest, dass KiKA Telemedien den rundfunkstaatsvertraglichen Anforderungen an ein öffentlich-rechtliches Telemedienangebot gerecht wird und den demokratischen, kulturellen und sozialen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht.

⁸⁷ Vgl. TMK, S. 39.

2 Zweite Stufe: In welchem Umfang trägt das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei?

Auf Stufe 2 des Drei-Stufen-Tests ist gemäß § 11f Abs. 4 Nr. 2 darzulegen, in welchem Umfang durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird. Dabei sind Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote, die marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots sowie dessen meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote, auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu berücksichtigen.

2.1 Marktliche Auswirkungen des Angebots

a) Stellungnahmen Dritter

Die MG RTL hält eine Bewertung der Gesamtwohlfahrt für erforderlich: Geringe Preise nutzten den Konsumenten zunächst, mittel- und langfristig komme es durch **Markteintrittsbarrieren** jedoch zu einer Schädigung. Der zu erwartende Nutzengewinn sei zu den Kosten für die Erstellung des Angebots, zu möglichen Verlusten auf der Werbeseite und zum Nutzenrückgang bei Verdrängung kommerzieller Angebote vom Markt in Relation zu setzen (MG RTL, BDZV/VDZ). Die MG RTL widerspricht zudem der Annahme, dass neue öffentlich-rechtliche Angebote die Innovationsleistung des Wettbewerbs stärken würden. Durch Umsatzrückgänge privater Angebote sinke langfristig die Innovationsbereitschaft. Nach Auffassung von BDZV und VDZ ist auch zu prüfen, inwieweit bestehende oder zukünftige entgeltpflichtige Angebote beeinträchtigt würden.

Die MG RTL verweist auf massive **Nutzereinbußen** bei den Kinderangeboten von SUPER RTL seit der Einführung von kikaninchen.de und KI.KAplus: Beispielsweise verzeichnete Toggo.de 2014 nur noch die Hälfte der Nutzer von 2010, Toggolino.de habe deutlich an Nutzern verloren, Elementgirls.de sei eingestellt worden. Die MG RTL befürchtet Nutzerabwanderungen von Toggo.de zu kika.de und einen damit einhergehenden Verlust von Werbeeinnahmen. Es bestehe die Gefahr, dass kleinere Wettbewerber vollständig vom Markt gedrängt würden. Zudem würden neue Geschäftsmodelle unterwandert (hochwertige entgeltliche Kinder-Mediathek KIVIDOO.de).

Dahingegen betont Dr. Grassmuck, dass in den vergangenen Drei-Stufen-Test-Verfahren hinlänglich bewiesen wurde, dass **keine gravierenden marktlichen Auswirkungen** zu befürchten seien. Daher sollte aus Kostengründen zukünftig auf eine Gutachterbeauftragung zumindest für kleinere Angebote verzichtet werden. Eine Fortsetzung der Praxis der Gutachtenvergabe grenze an den Missbrauch von Beitragsgeldern. Vorgeschlagen wird daher eine Beweislastumkehr.

b) Marktliches Gutachten

Methodik

Das methodische Vorgehen des Marktgutachtens orientiert sich an den im Interessenbekundungsverfahren ausgeschriebenen Leistungsanforderungen. Ausgehend von einer Überprüfung der im Telemedienkonzept dargestellten Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs erfolgte zunächst eine Angebots- und Wettbewerbsanalyse. Es wurden folgende Teilmärkte untersucht: Webangebote für Kinder, Onlinevideo-Angebote für Kinder, Apps und Browsergames für Kinder, Teletext-Angebote für Kinder. Mit Hilfe

von drei Conjoint-Analysen sowie vor- und nachgelagerten Befragungen wurden anschließend die Erziehungsberechtigten von insgesamt 2400 Kindern von 3 bis 13 Jahren zwischen Dezember 2015 und Januar 2016 befragt. Hierbei wurden die Auswirkungen eines veränderten KiKA-Angebots auf die Nutzerpräferenzen ermittelt. Untersucht wurden auch die ökonomischen Auswirkungen auf Wettbewerber und angrenzende Märkte. Ein hypothetischer Monopolistentest wurde ebenfalls durchgeführt.

Darstellung der Ergebnisse

Den Wettbewerb im Bereich der **Kinder-Webangebote** charakterisieren die Gutachter wie folgt: Web-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater TV-Sender zählten zu den beliebtesten Angeboten von Kindern zwischen drei und 13 Jahren. Es gebe neben der Werbefinanzierung kaum weitere tragfähige Geschäftsmodelle. Mehrheitlich würden Kinderangebote ohne kommerzielle Interessen betrieben. Bei den Webangeboten von Zeitungen und Verlagen bedingten geringe Reichweiten eine nur geringe Vermarktung, großteils erfolge die Finanzierung durch eine Quersubventionierung.⁸⁸ In Bezug auf den **Onlinevideomarkt** stellen die Gutachter fest, dass sich der Markt derzeit in Umbruch befinde. Vermehrt würden nun Angebote auf Plattformen wie YouTube, MyVideo, Vimeo oder Clipfish gestellt. Die Angebote würden zudem zunehmend professioneller.⁸⁹ YouTube sei auch bei Kindern zwischen 6 und 13 Jahren sehr beliebt.⁹⁰ Den größten Anteil der deutschen Web-TV-Angebote machten Video- und Onlineportale der klassischen Medien aus.⁹¹ Hinsichtlich des Marktes für **Apps und Browsergames** stellen die Gutachter fest, dass Spiele das App-Angebot für Kinder dominieren, die Downloadzahlen seien aber vergleichsweise gering. Werbefinanzierte Angebote seien aufgrund der gesetzlichen Hürden eher selten, kostenpflichtige Angebote würden deutlich seltener heruntergeladen als kostenfreie.⁹² Als Ausblick für die Marktentwicklung von Kinderonline-Angeboten konstatieren die Gutachter, dass der relativ kleine Markt deutlich in Bewegung geraten sei. Der größte Wachstumstreiber sei hierbei der Videobereich. Neue Angebote würden sowohl von etablierten als auch neuen Anbietern gestartet.⁹³ Durch Einsicht in die vertrauliche detaillierte Finanzplanung des KiKA haben die Gutachter feststellen können, dass keine umfangreichen Lizenzierungen von Inhalten bei KiKA Telemedien vorgesehen sind und somit nicht davon auszugehen sei, dass es zu einer signifikanten Angebotsausweitung komme.⁹⁴

Mit Hilfe einer Markteintrittssimulation auf Basis der Conjoint-Analysen berechnen die Gutachter die Veränderung der Präferenzmarktanteile, welche sich durch eine Veränderung des bestehenden KiKA-Angebots ergeben würden. Das Geschäftsmodell erwies sich hierbei als das für die Auswahlentscheidung wichtigste Angebotsmerkmal, gefolgt von der Verbreitung (über Webseite / YouTube / App) und der inhaltlichen Ausrichtung (europäische oder eher internationale Inhalte).⁹⁵ Die Simulation zeigt auf, dass im Kinderonlinemarkt (ohne Video) der KiKA-Anteil von 21,1% auf 23,8% steigen würde. Es ergebe sich somit ein **zusätzliches Nutzerpotenzial von 2,7 Prozent** in der Zielgrup-

⁸⁸ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 34.

⁸⁹ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 46.

⁹⁰ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 53.

⁹¹ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 47.

⁹² Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 67ff.

⁹³ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 89f.

⁹⁴ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 14.

⁹⁵ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 100ff.

pe der 3- bis 13-Jährigen, welches sich vor allem aus dem privaten Wettbewerb speise. Im Onlinevideomarkt würde der Präferenzmarktanteil von KiKA von 21,6% auf 24,6% steigen. Der Hypothetische Monopolistentest belege, dass das KiKA-Angebot keine Monopolstellung innehat.⁹⁶ Innerhalb der Nutzerforschung sei grundsätzlich von einer unbeschränkten Verweildauer der Sendungen im Netz ausgegangen worden. Die Marktsimulation führe somit eher zu einer Überzeichnung der realen marktlichen Effekte.⁹⁷

In Summe würden dem Werbemarkt durch das veränderte KiKA-Angebot 92.900 Euro pro Jahr entzogen. Die marktlichen Auswirkungen auf werbefinanzierte Wettbewerber seien somit als sehr gering einzustufen. Bei den Bezahlangeboten seien keine signifikanten ökonomischen Auswirkungen zu erwarten.⁹⁸ Für den Teletextmarkt gehen die Gutachter von keinen Auswirkungen gegenüber dem Bestandsangebot aus.⁹⁹

Zusammenfassend kommt das Gutachten zu dem Ergebnis, dass keine signifikanten Auswirkungen auf direkte und angrenzende Märkte zu erwarten sind.¹⁰⁰

c) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Die Intendantin äußert in ihrer Kommentierung Zweifel an der Zuverlässigkeit und Richtigkeit der von der MG RTL geäußerten Entwicklung der Nutzungszahlen der Togo-Angebote. Zudem sei eine Kausalität zwischen einem Nutzungsrückgang der von der MG RTL verantworteten Angebote und der Entwicklung der KiKA-Angebote nicht bewiesen.¹⁰¹

Der im marktökonomischen Gutachten vorgenommenen Einschätzung schließt sich die Intendantin an.¹⁰²

d) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Um eine möglicherweise differierende wettbewerbsökonomische Relevanz der Teilbereiche des Angebots zu berücksichtigen, haben die Gutachter einzelne Teilmärkte analysiert und hierfür jeweils eigene Befragungen durchgeführt. Es wurden hierfür jeweils eigenständige Marktabgrenzungen vorgenommen und für diese Teilbereiche auf Basis empirischer Daten der Nutzungsforschung die marktlichen Auswirkungen eines veränderten KiKA Telemedienangebots ermittelt. **Nach sorgfältiger Prüfung gelangt der MDR-Rundfunkrat zu der Überzeugung, dass die Ergebnisse auf einer sachgerechten Vorgehensweise beruhen.**

Die Ergebnisse des Gutachtens liefern – anders als in einigen Stellungnahmen geäußert – keine Anhaltspunkte für gravierende negative marktliche Auswirkungen auf den ökonomischen Wettbewerb. Auch durch die Anpassung der Verweildauer auf bis zu zwei Jahre sind keine deutlichen negativen Auswirkungen zu erwarten, da die Berechnungen unter Annahme einer unbegrenzten Verweildauer durchgeführt wurden. Bei

⁹⁶ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 105ff.

⁹⁷ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 13f.

⁹⁸ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 117.

⁹⁹ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 118.

¹⁰⁰ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 120f.

¹⁰¹ Vgl. Kommentierung, S. 8.

¹⁰² Vgl. Kommentierung, S. 39f.

der Bewertung der Ergebnisse ist zudem davon auszugehen, dass Wettbewerber von KiKA Telemedien ihre Angebote ebenfalls zeitgemäß weiterentwickeln werden. Ebenso erbrachte die Analyse der verbundenen Märkte keinen Nachweis einer größeren Bedrohung durch KiKA Telemedien.

Darüber hinaus ergeben sich aus dem Gutachten auch keine Indizien für einen von der MG RTL vermuteten Zusammenhang zwischen der Reichweitenentwicklung der Telemedien von SUPER RTL und der Einführung von kikaninchen.de und KI.KAplus.¹⁰³

Daher steht zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats fest, dass die zu erwartenden marktlichen Auswirkungen auf den ökonomischen Wettbewerb durch das veränderte Telemedienangebot KiKA Telemedien insgesamt als geringfügig zu bewerten sind.

2.2 Publizistischer Beitrag von KiKA Telemedien

2.2.1 Bestimmung des publizistischen Wettbewerbs

a) Stellungnahmen Dritter

Die MG RTL, der BDZV/VDZ und der VPRT sehen **methodische Schwächen** bei der Ermittlung der bestehenden Wettbewerber im Telemedienkonzept. Die zugrundeliegenden Kriterien seien zu restriktiv. So seien auch entgeltspflichtige Angebote in der Analyse zu berücksichtigen. Zahlreiche Angebote wie Geolino, Nickelodeon, Disneychannel, Toggo.de, Toggolino.de und Kividoo.de würden nicht zu den umfassenden Wettbewerbern gezählt (MG RTL, BDZV/VDZ). Auch Angebote, die sich in Teilsegmenten an Kinder richten, seien zu berücksichtigen (BDZV/VDZ, VPRT). Auch Angebote, die sich an Zielgruppen richten, Angebote mit begrenzter Angebotsbreite sowie lokale bzw. regionale Angebote stünden im Wettbewerb zu KiKA (BDZV/VDZ). Unternehmen, die eine Vielzahl internationaler Lizenzinhalte anbieten, seien als gleichrangige Wettbewerber anzusehen (VPRT). Grundsätzlich hält der VPRT nicht die inhaltliche Breite eines einzelnen Angebots für relevant, sondern der Markt sei in seiner Gesamtheit der Inhalte zu betrachten.

In Bezug auf die öffentlich-rechtlichen Wettbewerber merken die MG RTL und der VPRT an, dass es immer häufiger zu einer **Mehrfachversorgung** durch öffentlich-rechtliche Kinderinhalte komme. Gegenüber dem 2010 verabschiedeten Telemedienkonzept habe ihre Zahl deutlich zugenommen. Durch Bündelung und Vernetzung mit den übrigen Kinderangeboten und dem Jugendangebot von ARD und ZDF komme es zu einer zusätzlichen Wettbewerbsverschärfung (VPRT).

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Die im Telemedienkonzept vorgenommene Wettbewerberabgrenzung soll sich am tatsächlichen Nutzerverhalten orientieren. Hierfür wurden im Zeitraum Mai/Juni 2015 mehrere Suchmaschinen nach Schlagwörtern durchsucht. Zusätzlich wurden Linklisten von Kinderseiten ausgewertet. Als publizistische Wettbewerber definiert wurden journalistisch veranlasste bzw. redaktionell verantwortete, deutschsprachige Angebote, die sich explizit an Kinder richten, sich nicht ausschließlich auf einen Ort / eine Region be-

¹⁰³ Denkbar wäre ebenso ein Zusammenhang mit der demografischen Entwicklung der Zielgruppe (vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 20) oder dem wachsenden Erfolg großer kommerzieller Drittplattformen wie YouTube in den letzten Jahren (a.a.O., S. 50).

ziehen, die zumindest teilweise frei zugänglich sind und regelmäßig aktualisiert werden. Auf diese Weise wurden 427 Wettbewerber ermittelt.¹⁰⁴

Anschließend wurden diejenigen Angebote als umfassende Wettbewerber klassifiziert,

- die ein umfassendes und breites inhaltliches Angebot aufweisen (mind. drei der vier Bereiche Bildung Information, Kultur, Unterhaltung; nicht monothematisch),
- die Angebotsbestandteile enthalten, welche sich explizit an Eltern/Pädagogen richten und
- täglich oder häufiger aktualisiert werden.

Auf diese Weise wurden **41 umfassende Wettbewerber** ermittelt.¹⁰⁵ Als publizistische Wettbewerber für KiKA Teletext wurden die Teletextangebote von Super RTL, Nickelodeon und Disney Channel identifiziert.¹⁰⁶

In ihrer Kommentierung verteidigt die Intendantin das Vorgehen zur publizistischen Wettbewerberabgrenzung als fundiert und sachgerecht. Hierbei sei kein Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Angeboten gemacht worden, so dass auch alle relevanten öffentlich-rechtlichen Angebote in der Darstellung des Wettbewerbs berücksichtigt wurden.¹⁰⁷

c) Marktliches Gutachten: Identifikation des publizistischen Wettbewerbs

Abweichend vom Telemedienkonzept kommt das marktliche Gutachten in einigen Fällen zu einer anderen Klassifizierung der relevanten publizistischen Wettbewerber:

- Bei dem im Telemedienkonzept genannten Angebot superrtl.de handele es sich um ein rein programmbegleitendes Angebot des TV-Senders Super RTL. Kinderangebote würden dahingegen unter toggo.de, toggolino.de, toggo-cleverclub.de und kividoo.de vorgehalten.
- Nick.de und disney.de sowie geolino.de seien im Telemedienkonzept unberücksichtigt geblieben.

Des Weiteren handele es sich bei einigen im Telemedienkonzept dargestellten relevanten Wettbewerbern um eine Weiterleitung zu einem anderen Angebot, um Linklisten bzw. Suchmaschinen sowie um Angebote, deren Themenbreite nicht nachvollziehbar sei. Auch seien entgeltpflichtige Angebote nicht per se aus der Wettbewerberdarstellung auszuschließen.¹⁰⁸

d) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Die im Telemedienkonzept vorgenommene Abgrenzung zur Bestimmung des publizistischen Wettbewerbs erscheint grundsätzlich nachvollziehbar und wurde von den marktlichen Gutachtern überprüft und punktuell korrigiert, ergänzt bzw. aktualisiert.

Die Begrenzung der Analyse des publizistischen Wettbewerbs auf *Telemedienangebote* ist nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats sachgerecht, da andernfalls keine Anwendung internetspezifischer Qualitätskriterien wie Multimedialität oder Interaktivität möglich wäre und somit kein systematischer Vergleich des qualitativen Beitrags zum

¹⁰⁴ Fünf gefundene KiKA-Subdomains wurden lt. TMK aus der weiteren Analyse ausgeschlossen.

¹⁰⁵ Vgl. TMK, S. 13ff.

¹⁰⁶ Vgl. TMK, S. 22.

¹⁰⁷ Vgl. Kommentierung, S. 26ff.

¹⁰⁸ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 36.

publizistischen Wettbewerb erfolgen könnte. Auch die amtliche Begründung zu § 11d spricht für eine Beschränkung des Vergleiches auf Internetangebote. Hier heißt es, die öffentlich-rechtlichen Telemedien müssten sich auf der Grundlage ihres staatsvertraglichen Auftrags von kommerziellen Angeboten unterscheiden, die nicht nur von privaten Rundfunkveranstaltern, sondern auch einer Vielzahl weiterer Marktakteure über das Internet zur Verfügung gestellt werden.¹⁰⁹

Nach Ansicht des MDR-Rundfunkrats ist ein thematisch breites und vielfältig aufgestelltes Angebot, das Kindern jeden Alters und mit verschiedenen Bedürfnissen relevante Inhalte zur Verfügung stellt, als besonders bedeutsam für die öffentliche Meinungsbildung zu bewerten. Entgegen der Aussage des VPRT ist unter Berücksichtigung des besonderen Schutzbedürfnisses der jungen Zielgruppe und der noch nicht voll ausgebildeten Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet ein in sich „geschlossenes“ Angebot wie KiKA Telemedien, das vielfältige Themen und Angebotsformen beinhaltet, nicht gleichzusetzen mit der Gesamtheit der auf dem Markt befindlichen Inhalte, welche Fähigkeiten wie die Suche und Auswahl geeigneter Inhalte sowie das Navigieren zwischen unterschiedlichen Angeboten erforderlich macht. Des Weiteren kann davon ausgegangen werden, dass häufig und regelmäßig aktualisierte Angebote eher aktuelle gesellschaftliche Ereignisse und relevante Themen aufgreifen und diese kindgerecht thematisieren, wodurch für diese eine besondere Relevanz für den öffentlichen Diskurs angenommen werden kann. Zudem werden insbesondere jüngere Kinder bei der Nutzung von Telemedienangeboten häufig von Erwachsenen begleitet und von diesen im Erlernen eines kompetenten Umgangs mit Medien unterstützt. Daher ist eine Begrenzung des relevanten publizistischen Wettbewerbs auf Anbieter, die für diese erweiterte Zielgruppe Zusatzinformationen bereitstellen und somit eine medienpädagogische Zielsetzung aufweisen, gerechtfertigt. **Insofern ist eine Fokussierung des relevanten publizistischen Wettbewerbs auf Anbieter mit vergleichbar breitem inhaltlichen Profil, hoher Aktualität und einem Eltern- bzw. Erwachsenenangebot als sachgerecht zu bewerten.**

Bereits in früheren Drei-Stufen-Tests gab es unterschiedliche Auffassungen dazu, welche Angebote als „frei zugänglich“ gelten können. Hierin unterscheidet sich die in einigen Stellungnahmen Dritter geäußerte Ansicht auch im aktuellen Verfahren von der vom MDR vertretenen Position. Der MDR-Rundfunkrat verweist hierzu auf seine früheren Ausführungen in Zusammenhang mit seinen Beschlüssen zur Genehmigung von Telemedienangeboten des KiKA 2009 bzw. 2010. Nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats ist eher davon auszugehen, dass es keine gesetzliche Verpflichtung zur Berücksichtigung von entgeltpflichtigen Angeboten bei der Bewertung des *publizistischen Wettbewerbs* gibt. Im Zweifelsfall sollten aber auch Pay-Angebote in die Bewertung des publizistischen Beitrags einbezogen werden.¹¹⁰ Bei der Darstellung des publizistischen Wettbewerbs wurden im marktlichen Gutachten entgeltfinanzierte Angebote nicht per se ausgeschlossen.¹¹¹

¹⁰⁹ Vgl. amtl. Begründung zu § 11d, S. 16.

¹¹⁰ Diese Position wurde auch von den Gremienvorsitzenden der ARD im Rahmen der Mitberatung des Telemedienkonzepts KiKAplus vertreten (vgl. Beschlussempfehlung der GVK zum Telemedienangebot Ki.KAplus 2009).

¹¹¹ Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 36.

Der MDR-Rundfunkrat hat auch das vom VPRT und der MG RTL vorgetragene Argument, die Anzahl der öffentlich-rechtlichen Wettbewerber habe seit 2010 deutlich zugenommen, überprüft. Im Telemedienkonzept von kika.de 2010 wurden 23 öffentlich-rechtliche Wettbewerber in Teilbereichen sowie ein umfassender Wettbewerber identifiziert. Demgegenüber stellt das zu genehmigende Telemedienkonzept KiKA Telemedien 15 öffentlich-rechtliche Wettbewerber in Teilbereichen sowie acht umfassende Wettbewerbsangebote aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich dar. Dass die Anzahl der umfassenden Angebote zugenommen hat, ist methodisch bedingt darauf zurückzuführen, dass im Telemedienkonzept kika.de umfassende Wettbewerber sowohl Vorschulkinder als auch Schulkinder adressieren mussten.¹¹² Auf dieses Abgrenzungskriterium wurde im vorliegenden Telemedienkonzept verzichtet. Die Identifikation der umfassenden Wettbewerber basiert somit auf weniger restriktiven Anforderungen, die gleichermaßen für kommerzielle Wettbewerber gelten – für diese Gruppe ist dementsprechend ebenfalls eine Zunahme der ermittelten umfassenden Wettbewerbsangebote zu verzeichnen.

Der MDR-Rundfunkrat hat die im Telemedienkonzept sowie im marktlichen Gutachten identifizierten relevanten publizistischen Wettbewerber gesichtet. Eine Auswahl besonders relevanter Wettbewerber wurde einer detaillierten Analyse hinsichtlich des qualitativen Beitrags von KiKA Telemedien zum publizistischen Wettbewerb unterzogen. Hierbei wurden auch die Hinweise aus den Stellungnahmen Dritter und des marktlichen Gutachtens berücksichtigt.¹¹³

2.2.2 Bewertung des publizistischen Beitrags

a) *Stellungnahmen Dritter*

Bei der Darstellung des publizistischen Beitrags im Telemedienkonzept handelt es sich gemäß BDZV/VDZ um **keine gehaltvolle inhaltliche Auseinandersetzung** mit anderen Angeboten. Der MDR-Rundfunkrat wird aufgefordert, konkrete Kriterien für die Bestimmung des publizistischen Nutzens zu benennen.

Die MG RTL und der BDZV/VDZ betonen zudem, **Werbe- und Entgeltfreiheit** sei kein Ausschlag gebendes Kriterium für den publizistischen Mehrwert. Durch Bezahlangebote werde die Vielfalt des Angebots sogar gestärkt, da hierdurch die Finanzierbarkeit von Qualitätsinhalten für kleinere Zielgruppen ermöglicht werde (BDZV/VDZ).

Ein Mehrwert des Unterhaltungsangebots wird vom BDZV/VDZ ebenfalls verneint. Zum einen habe das **Spieleangebot** der Wettbewerber keine Berücksichtigung gefunden, zum anderen leiste das Spieleangebot des KiKA keinen Beitrag zu Meinungsbildung.

Dr. Grassmuck begrüßt die geplanten Inhalte unter Creative Commons Lizenzen. Wünschenswert wäre eine Lizenz, die die Weiternutzung in Wikipedia und im Freien Kinderlexikon Klexikon erlaubt. Auch eine Zusammenarbeit mit LehrerInnen wird positiv bewertet, hierfür seien ein dauerhaftes Archiv sowie Freilizenzierungen Voraussetzung. Ebenfalls befürwortet wird die Partizipation und Mitgestaltung von Programminhalten. Dr. Grassmuck schlägt zudem einen kontinuierlichen Austausch von Kindern, Eltern, Pädagogen mit der Redaktion sowie eine regelmäßige Überprüfung der Angebote vor.

¹¹² Vgl. Telemedienkonzepte für kika.de und KiKA-Text, S. 50.

¹¹³ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien. Nähere Ausführungen hierzu im folgenden Kapitel.

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Der besondere publizistische Beitrag von KiKA Telemedien wird laut Telemedienkonzept in seinen vielfältigen, medienpädagogisch aufbereiteten Inhalten sowie zahlreichen Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten gesehen. Altersgerecht aufbereitet werde ein breites Spektrum an Informationen bereitgestellt. Besonders für Vorschüler sei eine geeignete Aufbereitung wesentlich. Mit überwiegend in Deutschland und Europa produzierten Inhalten seien KiKA Telemedien anders als viele Wettbewerber nahe an der Erfahrungswelt der Kinder. Auch sensible und gesellschaftlich relevante Themen würden aufbereitet, durch professionelles Fachpersonal begleitet und mit Begleitmaterial angeboten. KiKA Telemedien böten einen vor kommerziellen Interessen geschützten und pädagogisch begleiteten Kommunikationsraum, um sich auszuprobieren und Medienkompetenz zu entwickeln. Anders als bei einigen Wettbewerbern gebe es keine direkten Kaufanreize oder Werbeelemente. Kinder würden angeregt, aktiv und kreativ zu werden. Für Eltern und Pädagogen gebe es ebenfalls ein umfangreiches Angebot. Anders als bei den Wettbewerbsangeboten ließen sich im Teletext des KiKA auch Informationen und Untertitel für hörgeschädigte Kinder finden.¹¹⁴

c) Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien

In Ergänzung zum marktlichen Gutachten hat der MDR-Rundfunkrat die Erarbeitung eines weiteren Gutachtens veranlasst, um den qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien zum publizistischen Wettbewerb detaillierter zu erfassen. Beauftragt wurde hierfür die Universität Halle unter der Projektleitung von Dr. Susanne Vollberg.

Methode

Ausgehend von der im Telemedienkonzept dargestellten und im Rahmen des marktlichen Gutachtens überprüften und vervollständigten Übersicht der relevanten publizistischen Wettbewerber wurden zusätzlich zu den Telemedienangeboten des KiKA zehn besonders relevante Wettbewerber einer detaillierten und systematischen Qualitätsanalyse unterzogen. Maßgeblich für die Auswahl war, dass die Wettbewerber ein umfassendes und breites inhaltliches Angebot aufweisen und somit geeignet sind, wie KiKA der Vielfalt kindlicher Interessen und Bedürfnisse gerecht zu werden. Zudem sollten die Wettbewerber ein erkennbar pädagogisch orientiertes Angebot sein, das auch Informationen für Eltern bzw. Pädagogen enthält und häufig aktualisiert wird. Darüber hinaus sollten die Angebote mit ihrer Marke bzw. ihren Inhalten „einen klaren Bezug zur alltäglichen Mediennutzung und Lebensrealität der Zielgruppe aufweisen.“¹¹⁵

Neben drei öffentlich-rechtlichen Angeboten (tivi.de, checkeins.de, kindernetz.de) wurden fünf Angebote von privatwirtschaftlichen Fernseh- und Hörfunkveranstaltern ausgewählt (disneychannel.de, nick.de, toggo.de, toggolino.de, radioteddy.de). Auch zwei Internetangebote von Verlagen wurden in die Analyse einbezogen (geolino.de, wasistwas.de).

Vergleichend untersucht wurden die Wettbewerberangebote neben Aufbau und Struktur hinsichtlich formaler Aspekte (Gestaltung und Navigation) sowie inhaltlicher Quali-

¹¹⁴ Vgl. TMK, S. 18ff.

¹¹⁵ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 19.

tätskriterien (Netzspezifik des Angebots). Der vollständige Kriterienkatalog ist im Anhang des Gutachtens dargestellt.¹¹⁶

Im folgenden Untersuchungsschritt wurde das Telemedienkonzept KiKA Telemedien hinsichtlich seiner publizistischen Qualität sowie der Frage, inwieweit das Konzept den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft Rechnung trägt, bewertet. Abschließend wurden die Ergebnisse der vergleichenden Analyse und der Beurteilung des Telemedienkonzepts zusammengeführt und hieraus weiterführende Überlegungen und Empfehlungen abgeleitet.

Darstellung der Ergebnisse

Im Folgenden werden die wichtigsten Analyseergebnisse zusammengefasst.

Zum einen vergleicht das Gutachten die Angebote **formal-gestalterisch**. Bezüglich der erkennbaren und klaren Adressierung, d.h. der Ansprache eines bestimmten Publikums, stellt das Gutachten einen deutlichen Unterschied fest zwischen öffentlich-rechtlichen Anbietern, welche stärker ein zielgruppenübergreifendes Angebot machen und den Angeboten der privaten Fernsehanbieter, die mit ihren Angeboten grundsätzlich die Alterssegmente Vorschüler, Grundschüler und Jugendliche unterscheiden.¹¹⁷

Die untersuchten Angebote seien überwiegend **benutzerfreundlich** und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten gestaltet.¹¹⁸ Mehrheitlich passten sich die Angebote bei der Nutzung auf Smartphones an.¹¹⁹ Der Frage nach der **Unabhängigkeit** eines Angebots messen die Gutachterinnen bei der Beurteilung der Qualität eines Internetangebots für Kinder große Bedeutung bei, da insbesondere bei jüngeren Kindern „das Verständnis für die Funktionsweise von Werbung noch nicht entwickelt“¹²⁰ sei. Während die öffentlich-rechtlichen Angebote werbefrei sind, seien bei disneychannel.de Eigenwerbung und redaktionelle Inhalte schwer voneinander zu trennen. Bei nick.de sei Werbung unter anderem über Gewinnspiele und als vorgeschaltete Werbe-sequenz bei Video-Abrufen zu finden. Auch seien hier redaktionelle Inhalte und Werbung nicht immer trennscharf. Bei toggo.de seien ebenfalls Werbebanner und Videos vorgeschaltete Werbeblöcke zu finden. Werbung nehme auch bei radioteddy.de unter der Rubrik Aktionen und Gewinnspiele beträchtlichen Raum ein. Bei besonderen „Advertorials“ sei der Absender für die Nutzer nur noch schwer erkennbar. Bei wasistwas.de und geolino.de gebe es keine Werbelinks nach außen, allerdings Verlinkungen auf den eigenen Onlineshop bzw. Werbung für hauseigene Produkte.¹²¹ Als Schutzraum vor kommerziellen Interessen sollten Telemedienangebote für Kinder keine direkten Kaufanreize enthalten und **nicht zum Verlassen des geschützten Kinderangebots auffordern**. Externe Social-Media-Angebote bzw. Drittanbieter würden bei den öffentlich-rechtlichen Angeboten nicht beworben. Während auf disneychannel.de diverse soziale Netzwerke eingebunden würden, sei bei Nickelodeon der Einsatz von Social-Media-Angeboten je nach Zielgruppe unterschiedlich ausgeprägt. Bei toggo.de finde sich keine Verbindung zu sozialen Netzwerken oder App-Angeboten. Geolino.de verlinke pro-

¹¹⁶ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 93.

¹¹⁷ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 31.

¹¹⁸ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 32ff.

¹¹⁹ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 38f.

¹²⁰ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 36.

¹²¹ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 36f.

minent zu seiner Facebook-Seite, es gebe hierbei auch keinen Hinweis, dass die Webseite verlassen wird.¹²²

Qualitativ hochwertige Angebote sollen laut Gutachten die Nutzer über **Aspekte der Sicherheit bzw. des Datenschutzes** aufklären sowie sparsam und transparent im Umgang mit Nutzerdaten sein. Bei den öffentlich-rechtlichen Angeboten gebe es ausführliche Informationen zum Datenschutz, die sich teilweise sowohl an Kinder als auch an Erwachsene richten. Bei privaten Anbietern seien auch Datenschutzhinweise (wenn z. T. auch etwas versteckter) vorhanden, allerdings erfolge eine Abfrage von personenbezogenen Daten beispielsweise über die Nutzung von Gewinnspielen oder Befragungen zum Nutzerverhalten.¹²³

Neben den oben dargestellten formalen Qualitätskriterien wenden die Gutachterinnen bei der Bewertung der netzspezifischen Angebote auch zahlreiche **inhaltliche Kriterien** an. Eine besondere Bedeutung weisen sie hierbei der **Vielfalt** eines Angebots zu. Hiermit ist die Vielfalt der verwendeten Sparten, Genres und Themen gemeint, wodurch ein enger Bezug zur Lebensrealität der heterogenen Zielgruppe sichergestellt werden soll. Bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern finde sich ein breites Themenspektrum mit kindgerecht aufbereiteten Informations-, Wissens- und Nachrichtenangeboten, welche **auch problematische und schwierige Themen** wie beispielsweise die Flüchtlingskrise behandeln. Bei kika.de werde neben aktuellen Informationen großen Wert auf die Behandlung sensibler Themen wie Gewalt, Mobbing und Kinderrechte gelegt. Dahingegen sei die Vielfalt bei den Internetangeboten privater Fernsehanbieter eher eingeschränkt. Information, Bildung und Kultur seien eher von untergeordneter Bedeutung (disneychannel.de), Hauptaugenmerk liege auf Unterhaltungsangeboten (toggo.de). Es gebe keine journalistische bzw. redaktionelle Einordnung von Themen (nick.de). Toggolino-Club biete keine redaktionellen Inhalte, sondern ausschließlich Spiele. Radioteddy.de konzentriere sich auf die Bereiche Populärkultur sowie Allgemein- und Sachwissen. Geolino.de und wasistwas.de böten ein breites Wissensangebot aus den Bereichen Natur, Wissenschaft, Technik und ähnlichem, aktuelle und problematische Themen würden jedoch nicht angesprochen. Die journalistische Qualität von geolino.de entspreche den Heften. Bei wasistwas.de werde für eine tiefgehende Auseinandersetzung mit den Inhalten auf die jeweiligen Bücher verwiesen.¹²⁴

Das Gutachten weist **Spiele** für die Attraktivität eines publizistischen Kinderangebots eine besondere Bedeutung zu. Das Spieleangebot öffentlich-rechtlicher Anbieter entspreche nicht unbedingt dem „Bedürfnis der Zielgruppe nach unterhaltsamen, innovativen und schnellen Spielformaten, die sie beispielsweise durch Smartphone-Spiele oder auch PC-Spiele gewohnt sind“¹²⁵. Der Spieleschwerpunkt liege auf dem Wissenserwerb. Die eher einfach gehaltenen Spiele auf kika.de seien für Preteens nur begrenzt attraktiv. Kikaninchen.de biete viele sendungsbezogene Möglichkeiten zum spielerischen Entdecken des Angebots. Dahingegen seien bei den Angeboten der privaten Fernsehanbieter viele unterschiedliche Spiele mit Bezug zu den linearen Programmen zu finden. Bei radioteddy.de würden Themen durch verschiedene Quizangebote spielerisch aufbereitet. Die einfachen Spiele von Geolino stünden in keinem Bezug zu sonstigen

¹²² Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 40ff.

¹²³ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 37f.

¹²⁴ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 45ff.

¹²⁵ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 52.

Inhalten der Webseite. Bei wasistwas.de würden einige Themen durch ein Quiz spielerisch aufbereitet.

Qualität bemessen die Gutachterinnen auch an dem Grad der Exklusivität bzw. dem Innovationspotenzial im Umgang mit internetspezifischen **Kommunikations- und Interaktionsformen**. Die KiKA-Angebote böten für Grundschüler und Preteens viele Interaktionsmöglichkeiten. Bei tivi.de könnten Nutzer nach erfolgreichem Log-In eine eigene Homepage erstellen und ihre Meinung in verschiedenen Themenforen äußern. Kinder-netz.de biete laut Gutachten diverse Anregungen zum Mitmachen, Möglichkeiten zur Interaktion und Meinungsäußerung. Im Gegensatz dazu gebe es bei Checkeins.de keine Interaktions- oder Kommunikationsmöglichkeiten für Nutzer. Auch bei den Angeboten der privaten Fernseh- und Hörfunkanbieter sowie der Verlage würden die „Möglichkeiten des Internets als Kommunikationsmedium“ nur ansatzweise ausgenutzt.¹²⁶

Keines der analysierten Angebote verfüge über **Personalisierungsmöglichkeiten**. Diese werden von den Gutachterinnen für die Akzeptanz der Zielgruppe jedoch als relevant eingeschätzt.¹²⁷

Die **Vermittlung technischer und inhaltlicher Medienkompetenz** nehme bei den öffentlich-rechtlichen Angeboten einen hohen Stellenwert ein, es gebe auch Informationen für Eltern bzw. Pädagogen. Bei Nickelodeon sei die Vermittlung von Medienkompetenz auf ein Minimum beschränkt. Ebenso wie bei toggo.de gebe es keinen Elternbereich mit zusätzlichen Informationen. Dieser sei zwar bei toggolino.de vorhanden, allerdings stünde dabei die Festlegung von Nutzungsparametern im Vordergrund. Disneychannel.de biete einen expliziten Elternbereich mit allgemeinen Informationen zur Online-Sicherheit. Auch für jüngere Kinder gebe es Informationen zum sicheren Surfen. Der Elternbereich von radioteddy.de sei qualitativ mit den öffentlich-rechtlichen Angeboten nur begrenzt vergleichbar. Bei geolino.de beschränke sich der Erwachsenenbereich auf Werbung für ein Zeitschriften-Abonnement. Im Elternbereich von wasistwas.de seien nur wenige und allgemein gehaltene Informationen zu finden.¹²⁸

Auf Grundlage der analysierten publizistischen Wettbewerber unterziehen die Gutachterinnen anschließend das Telemedienkonzept KiKA Telemedien einer qualitativen Bewertung. Die **Aufhebung streng formaler Zielgruppenangebote** wird mit Blick auf die sehr heterogene und weitgefasste Zielgruppe begrüßt.¹²⁹ Positiv bewertet wird zudem, dass hierbei auch zukünftig hinsichtlich unterschiedlicher Lese- und Schreibkompetenz von Vorschulkindern und älteren Nutzern unterschieden werden soll.¹³⁰ Der Ansatz, dass Inhalte ihre Zielgruppe über die inhaltliche Ansprache finden sollen, wird zwar vom Grundsatz befürwortet, allerdings in Bezug auf Preteens als bedenklich beurteilt. Wenn Sendungen für ältere Kinder neben Angeboten für sehr junge Kinder zu finden seien, könne dies zu einer verstärkten Abwanderung älterer Kinder führen.¹³¹

¹²⁶ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 54f.

¹²⁷ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 57.

¹²⁸ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 57ff.

¹²⁹ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 62.

¹³⁰ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 84.

¹³¹ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 84f.

Auch der **Ausbau des Eltern- und Pädagogenangebots** in Form des geplanten Blogs wird positiv bewertet, da sich diese Zielgruppe Orientierung in der zunehmend unübersichtlichen Angebotsvielfalt wünsche.¹³²

In Bezug auf das **Spieleangebot** bei Kindertelemedien betonen die Gutachterinnen besonders die Bedeutung des Spaß-Faktors eines Spiels für die Attraktivität des Gesamtangebots: „Ist der ‚pädagogische Zeigefinger‘ in den Spielangeboten zu stark, kann dies gerade seitens der älteren Zielgruppe als Bevormundung interpretiert werden und somit zur Abwendung führen.“¹³³

Die Gutachterinnen heben die vielfältigen, im Telemedienkonzept angedachten **Möglichkeiten zur Aneignung von Medienkompetenz** hervor. Das Angebot solle einen medienpädagogisch begleiteten Einstieg in die sozialen Medien bieten. Die KiKA-Community ermögliche Interaktion und Kommunikation in geschütztem Raum. Zugleich werde über Rückkopplungskanäle vermittelt, dass die eigene Meinung gefragt sei und Einzelne die Möglichkeit haben, auf Inhalte Einfluss zu nehmen. Zudem gebe es auch Verlinkungen zu redaktionell ausgewählten pädagogischen Institutionen sowie Aufklärung zum Datenschutz, der einerseits Eltern informiere, andererseits aber Kinder in einer verständlichen Sprache ansprechen solle.¹³⁴

Als wesentlich für ein öffentlich-rechtliches Telemedienangebot beschreiben die Gutachterinnen, Kindern einen **Zugang zu gesellschaftlich-politisch relevanten Informationen** zu bieten, der den Bedürfnissen der Zielgruppe entspricht. Wichtig sei hierbei die Berücksichtigung der eigenen kindlichen Lebensrealität, die Behandlung schwieriger Inhalte und das Aufgreifen aktueller Ereignisse. Dadurch werde das Verständnis über räumliche und kulturelle Grenzen hinweg gefördert und ein Beitrag zur kulturellen Integration geleistet. Diesem Qualitätsanspruch würden Angebote der analysierten privaten Wettbewerber nur unzureichend gerecht.¹³⁵

Eigenproduktionen, Formatvielfalt, Innovationen hinsichtlich Form und Inhalt sowie die Weiterentwicklung des Angebots hin zu einer vollständigen Ausschöpfung aller Möglichkeiten des Internets, wie dies im Telemedienkonzept KiKA dargelegt werde, sehen die Gutachterinnen als Voraussetzung für Geschmacksentwicklung und Herausbildung eines Qualitätsurteils: „Um Qualität nachzufragen, muss man zunächst einmal mit qualitativ hochwertigen Angeboten in Berührung kommen.“¹³⁶

Das Gutachten kommt zu dem Ergebnis: „**Das geplante Angebot leistet, wenn es in der genannten Qualität umgesetzt wird, einen wichtigen Beitrag zur Vielfaltssicherung.**“¹³⁷ Insbesondere über die spezifischen Darstellungsformen und Interaktionsmöglichkeiten des Internet könne die Abwendung der älteren Nutzer von öffentlich-rechtlichen Angeboten begrenzt werden. Die Weiterentwicklung des Angebots unter Ausschöpfung der multimedialen Möglichkeiten einschließlich des Einsatzes von on-

¹³² Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 62.

¹³³ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 76.

¹³⁴ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 82.

¹³⁵ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 84.

¹³⁶ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 85.

¹³⁷ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 1.

line-first sowie online-exklusiver Inhalte stelle einen Bezug zu den medialen Lebenswelten von Kindern zwischen drei und 13 Jahren auf einem neuen Niveau dar.¹³⁸

d) Weitere Sachverhaltsermittlung (Nachfragen des MDR-Rundfunkrats)

Der Telemedienausschuss hat in seiner Sitzung am 29.08.16 einen Mitarbeiter des KiKA um weiterführende Informationen zur Ausgestaltung des Telemedienkonzepts gebeten.

Hinsichtlich des zukünftigen Verzichts auf eine altersdifferenzierte Strukturierung wird ausgeführt, dass ein Usability-Test die Toleranz von Kindern bestätigt habe, wenn mit einem Angebot verschiedene Altersgruppen angesprochen werden. Es komme in der Ausgestaltung darauf an, sich so bunt und vielfältig wie möglich zu präsentieren und zeitlich gegliedert verschiedene Altersgruppen zu adressieren.

Es wird auch erläutert, dass das Spieleangebot des KiKA aus Gründen der Spielmechanik (Visualisierung, Akustik) nicht vollständig barrierefrei sein könne. Flashbasierte Spiele müssten umgearbeitet werden. Allgemeine Anforderungen an Barrierefreiheit wie Farbigekeit und Schriftgrößen würden jedoch berücksichtigt.

Zum Ausbau des Begleitangebots für Erwachsene wird angemerkt, dass hierbei die zielgruppenadäquate Ansprache und Dialogmöglichkeiten verstärkt werden sollen. Perspektivisch seien hier zeitgemäße Darstellungsformen wie Video oder Livestreams angedacht. Zudem sollen die Begleitangebote für Erwachsene von kikaninchen.de und kika.de zusammengelegt werden.

e) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Die GVK begrüßt die Initiative des MDR-Rundfunkrats, den Beitrag des Angebots zum publizistischen Wettbewerb wissenschaftlich untersuchen zu lassen. Die Ergebnisse des eingeholten Gutachtens zeigen nach Ansicht der GVK, dass die im Angebotskonzept beschriebene Ausgestaltung der KiKA Telemedien den besonderen **Anforderungen der Zielgruppe an ein multimediales Onlineangebot** in besonderer Weise entspricht.

Die Schärfung des Bewusstseins bei Kindern und Eltern für einen verantwortungsvollen Umgang mit persönlichen Daten und die Vermittlung von allgemeiner **Medienkompetenz** gewinnt nach Ansicht der GVK vor dem Hintergrund des gewandelten Mediennutzungsverhaltens bereits von sehr jungen Kindern weiter an Bedeutung. Die GVK begrüßt daher ausdrücklich auch den vorgesehenen Ausbau des Erwachsenenbereichs.

Werbefreiheit von Kinderangeboten ist nach Auffassung der GVK und des ZDF-Fernsehrats ein maßgebliches Qualitätskriterium, da bei Kindern die Fähigkeit zur Unterscheidung zwischen werbenden und redaktionellen Inhalten noch nicht ausgebildet ist.

Medienpädagogisch aufbereitete Inhalte und ein **breites Spektrum** altersgerecht aufbereiteter Informationen sind nach Auffassung des ZDF-Fernsehrats wesentlich für die Zielgruppe. Mit überwiegend in Deutschland und Europa produzierten Inhalten sei das Angebot anders als viele Wettbewerber **nahe an der Erfahrungswelt der Kinder** und biete somit wesentliche Identifikationsmöglichkeiten.

¹³⁸ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 1.

f) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Ausgehend von den im Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien sowie im Telemedienkonzept dargestellten Qualitätsmerkmalen hat sich der MDR-Rundfunkrat umfassend mit der Frage befasst, wie die Angebotsqualität von KiKA Telemedien im Vergleich zum vorhandenen publizistischen Wettbewerb zu beurteilen ist.

Hinsichtlich der grundsätzlichen Herausforderungen bei der systematischen Beurteilung der Qualität von Medienangeboten verweist der MDR-Rundfunkrat auf seine frühere Entscheidungsbegründung zur Genehmigung der Telemedienangebote kikaninchen.de, KI.KAplus, kika.de und KI.KA-Text. Zur Identifikation relevanter Qualitätsmerkmale, die der Bewertung der Telemedienangebote zugrunde gelegt werden sollen, hat die GVK 2009/10 folgende Vorgehensweise erarbeitet: Da die Angebote den demokratischen, kulturellen und sozialen Bedürfnissen der Gesellschaft dienen sollen, sind zunächst die **maßgeblichen Zielsetzungen**, die durch das Telemedienangebot erreicht werden sollen, zu ermitteln. Hieraus lassen sich dann Merkmale ableiten, die zur Erfüllung dieser Ziele vorhanden sein müssen. Inwieweit diese Qualitätsmerkmale auf das Angebot zutreffen, lässt sich anschließend im Diskurs des Gremiums bestimmen.

Im Telemedienkonzept KiKA Telemedien wird ausgeführt, dass das Angebot

1. als verbindende Instanz zwischen den einzelnen Nutzern und der Gesellschaft agieren soll (TMK, S. 11),
2. Orientierung bei der Suche nach verlässlichen Informationen bieten soll (TMK, S. 11),
3. die soziale, emotionale und kognitive Entwicklung fördern sowie implizit Werte vermitteln soll (TMK, S. 11),
4. Medienkompetenz fördern soll (TMK, S. 12),
5. einen geschützten Raum für Kinder bieten soll (TMK, S. 12, 21, 26).

Für diese Zielsetzungen wird im Folgenden dargestellt, inwieweit nach Überzeugung des Rundfunkrats die zum Erreichen der Ziele von KiKA Telemedien erforderlichen **Qualitätsmerkmale** gegeben sind und wie diese angesichts des vorhandenen publizistischen Wettbewerbs einzuordnen sind.¹³⁹

1. *Verbindende Instanz*

Wie bereits im Kapitel C 1.2 unter dem Stichwort „Teilhabe“ dargestellt, erhebt das Angebot KiKA Telemedien den Anspruch, die Teilhabe Aller an der Wissens- und Informationsgesellschaft zu fördern und hierbei insbesondere Kindern Zugang zu allgemein relevanten Themen und Informationen zu gewährleisten.

Dies kann nur gelingen, wenn durch **nutzerfreundliche und zielgruppengerechte Gestaltungs- und Darstellungsformen** eine Nutzung des Angebots überhaupt nahegelegt und ermöglicht wird. Gemäß Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien ist dies bei den untersuchten publizistischen Angeboten überwiegend der Fall. Der MDR-Rundfunkrat teilt die Überzeugung der Gutachterinnen, dass die Weiterentwicklung des KiKA Telemedienangebots durch online-first- und online-exklusive Angebote sowie die Präsenz auf Drittplattformen dazu geeignet ist, die Akzeptanz der Nutzer auch zukünftig zu sichern und insbesondere dazu beiträgt, dass ältere Kinder,

¹³⁹ Die hierbei herausgearbeiteten Qualitätsmerkmale unterstützen z.T. mehrere Ziele. Diese Merkmale werden jedoch nur einem Ziel zugeordnet und ausführlich beschrieben, um doppelte Darstellungen zu vermeiden.

die sich vom linearen Programm des KiKA zunehmend abwenden, durch das Telemedizinangebot des KiKA erreicht werden können.¹⁴⁰

Auch **Barrierefreiheit** ist in diesem Zusammenhang als Qualitätsmerkmal zu bewerten, um die Teilhabe aller Nutzer zu ermöglichen. Laut Telemedienkonzept bemüht sich der KiKA in seinem Gesamtangebot um einen möglichst hohen Grad der Barrierefreiheit.¹⁴¹ Die Untertitelung für Hörgeschädigte im KiKA-Teletext stellt ein Alleinstellungsmerkmal dar. Im Telemedienkonzept wird angekündigt, dass eine Ausweitung des untertitelten Angebots perspektivisch auch für Online-Videos übernommen werden könnte.¹⁴² Im Zuge der technischen Weiterentwicklung ergeben sich laut Telemedienkonzept erhebliche Verbesserungen im Sinne der Barrierefreiheit der Angebote. Auch redaktionelle Maßnahmen sollen die Barrierefreiheit des Angebots verbessern. So werden Dokumente laut Telemedienkonzept in verständlicher, kindgerechter Sprache geschrieben. Fremdwörter, Fachbegriffe oder Abkürzungen sollen soweit möglich vermieden werden. Redaktionelle Grafiken und Bilder sollen mit erklärenden Alternativtexten versehen werden.¹⁴³

Teilhabe ermöglichen nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats auch die im Telemedienkonzept KiKA Telemedien beschriebenen **Möglichkeiten der Kommunikation und Interaktion**, um in altersgerechter und geschützter Form Partizipation, Selbstdarstellung und Selbstwirksamkeit erproben zu können. Hierbei erfolgt zudem ein unmittelbarer Meinungsaustausch und Meinungsbildung. Laut Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien werden die Möglichkeiten des Internets als Kommunikationsmedium von den untersuchten privaten Wettbewerbern insgesamt nur unzureichend ausgeschöpft. Interaktion beschränke sich (falls überhaupt) zumeist auf die Anwendungen über die sozialen Netzwerke oder einige Votings bzw. Gewinnspiele.

Um als verbindende Instanz wirken zu können, ist neben der Frage der Zugänglichkeit aber auch entscheidend, inwiefern die angebotenen Inhalte von allgemeiner gesellschaftlicher Relevanz sind, aber auch den Bedürfnissen und Interessen der Nutzer entsprechen und somit Orientierung bieten können.

2. Orientierung bei der Suche nach verlässlichen Informationen

Orientierungshilfe setzt zunächst eine deutliche **Zielgruppenorientierung** voraus. Bei KiKA Telemedien zeigt sich dies neben den bereits beschriebenen zielgruppengerechten Darstellungsformen inhaltlich insbesondere durch eine große **Vielfalt von Themen, Genres und Sparten**, die den unterschiedlichen Interessen der Nutzer entspricht und die große Altersspanne der Nutzer zwischen drei und 13 Jahren berücksichtigt. Auch die Eltern als erweiterte Zielgruppe des Angebots werden durch einen eigenen Bereich angesprochen.

Wissenschaftlich ist belegt, dass die Auseinandersetzung mit der Innen- und Außenwelt von Kindern an den eigenen lebensweltlichen Kontext geknüpft ist.¹⁴⁴ Dies bedeutet, dass **Themen und Akteure, die nahe an der Lebenswirklichkeit der Kinder sind,**

¹⁴⁰ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 69ff.

¹⁴¹ Vgl. TMK, S. 31.

¹⁴² Vgl. TMK, S. 34.

¹⁴³ Vgl. TMK, S. 40.

¹⁴⁴ Vgl. Paus-Haase, Ingrid: Qualitätskriterien für Kinderfernsehen. Überlegungen zu Eckpunkten einer Diskussion über Qualität, in: Medien Praktisch 2 (1997), S. 53-56.

die Auseinandersetzung mit der realen Umwelt besonders fördern und zu einem besseren Verständnis für das soziale und gesellschaftliche Umfeld beitragen. Überwiegend **in Europa und Deutschland hergestellte Angebotsbestandteile** wie im KiKA Telemedienangebot weisen somit einen besonders hohen Bezug zur Lebenswirklichkeit von Kindern auf. Laut Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien trägt auch eine **verantwortungsvolle und angemessene Behandlung aktueller Ereignisse und schwieriger Inhalte** in KiKA Telemedien zum besseren Verständnis für seine Umwelt bei. Die Gutachterinnen zeigen auf, dass „bei den privaten Angeboten eine journalistisch-redaktionell veranlasste Behandlung gesellschaftspolitisch relevanter Ereignisse nicht festgestellt werden konnte“¹⁴⁵. Dahingegen zeichnen sich die öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote des KiKA, aber auch Tivi oder Checkeins, dadurch aus, dass Themen wie Klimaschutz, Terror oder Flüchtlinge sensibel und anschaulich in unterschiedlichen Darstellungsformen thematisiert werden.¹⁴⁶

Der MDR-Rundfunkrat hebt auch die **Ratgeberfunktion** von KiKA Telemedien bei schwierigen Fragestellungen oder individuellen Problemen hervor, wo der KiKA „auf die dauerhafte Unterstützung durch professionelles Fachpersonal“¹⁴⁷ zurückgreift und die Möglichkeit bietet, Kinder auf diesem Weg anonym zu beraten. Hierdurch trägt das Angebot ebenfalls zur Orientierung bei und unterscheidet sich deutlich vom publizistischen Wettbewerb.

Das Angebot KiKA Telemedien ist entsprechend der unterschiedlichen Lese- und Schreibfähigkeit in die Bereiche Vorschulkinder (Kikaninchen) und ältere Kinder (KiKA Online) **strukturiert und altersgerecht aufbereitet**. Das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien wirft die Frage nach der zu erwartenden Akzeptanz bei älteren Kindern auf, wenn in Folge des Verzichts auf eine starke Altersstrukturierung Inhalte für sogenannte Preteens direkt neben Inhalten für Jüngere zu finden sein werden. Ergebnisse der Nutzerforschung weisen hier laut KiKA auf eine recht hohe Toleranz von Kindern hin. Entscheidend für die Akzeptanz wird nach Dafürhalten des MDR-Rundfunkrats letztendlich die Art der praktischen Umsetzung sein, welche der Telemedienausschuss des MDR-Rundfunkrats entsprechend konstruktiv begleiten wird.

Die vom KiKA geplante Möglichkeit, bestimmte Teile des Angebots zu **personalisieren**, ist nach Ansicht des MDR-Rundfunkrats grundsätzlich geeignet, die Orientierung und Inhalteauswahl der Nutzer innerhalb des sehr vielfältigen Angebotes zu erleichtern und den Interessen und Bedürfnissen entsprechende Inhalte zu finden, während gleichzeitig sichergestellt ist, dass auch Themen von allgemeiner gesellschaftlicher Relevanz wahrgenommen werden können.¹⁴⁸ Bislang verfügt noch kein publizistischer Wettbewerber über eine solche Personalisierungsmöglichkeit.

3. Förderung der Entwicklung, Wertevermittlung

Ein qualitätssicherndes Merkmal von KiKA Telemedien stellt nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats die **(medien-)pädagogische Begleitung** des Angebots dar. Alle Angebotselemente basieren laut Telemedienkonzept auf fundierten pädagogischen

¹⁴⁵ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 85.

¹⁴⁶ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 85.

¹⁴⁷ TMK, S. 20.

¹⁴⁸ Zu den grundlegenden Voraussetzungen der Personalisierung eines öffentlich-rechtlichen (Kinder-)Angebots vgl. Kapitel C 1.2 Abschnitt „Personalisierung“.

Erkenntnissen¹⁴⁹, wodurch sich das Angebot deutlich von einer Vielzahl publizistischer Wettbewerber unterscheidet. Der KiKA verfügt über ein umfassendes pädagogisches Konzept, um im Zusammenspiel seiner unterschiedlichen Angebotsbestandteile Nutzer bilden und in ihrer Entwicklung fördern zu können.¹⁵⁰

Für die Vermittlung von Wissen ist auch die kindgerechte, attraktiv aufbereitete Erklärung von Zusammenhängen und Hintergründen wesentlich. Durch die **multimediale und zunehmend crossmediale Behandlung von Themen und die Nutzung erweiterter Darstellungsformen**, wie sie im Telemedienkonzept beschrieben werden, können Sachverhalte nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats anschaulich dargestellt und erläutert werden. Durch die Ansprache verschiedener Sinneswahrnehmungen wird die Verständlichkeit verbessert und die Wissensvermittlung sowie Informationsverarbeitung erleichtert.

Durch **spielerische und interaktive Wissensvermittlung** lernen Kinder nachweislich am leichtesten. Neben der direkten Wissensvermittlung soll das Spielangebot eine Vielzahl von Fähigkeiten fördern: Sozial-, Sach- und Methodenkompetenz ebenso wie Sprache, Logik, sinnliche Wahrnehmung und musische Fähigkeiten.¹⁵¹ „Bei Spielen, Rätseln und Aufgaben erfahren Kinder spielerisch neue Dinge, üben Bekanntes oder trainieren Geschicklichkeit.“¹⁵²

Die **Auffindbarkeit von Lern- und Bildungsinhalten** kann nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats zukünftig durch die geplante Verweildauer von bis zu zwei Jahren deutlich verbessert werden. Gleichzeitig wird der KiKA durch die längere Verfügbarkeit besser als bislang in die Lage versetzt, Inhalte miteinander zu vernetzen und fortzuschreiben und hierdurch Zusammenhänge und Bezüge deutlicher aufzuzeigen und zu vertiefen.¹⁵³

4. Förderung von Medienkompetenz

Die Vermittlung von Medienkompetenz ist nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats ebenso wie der GVK und des ZDF-Fernsehrats eines der **zentralen Anliegen** von KiKA Telemedien. Auch § 11d RStV räumt dem Erwerb von Medienkompetenz durch öffentlich-rechtliche Telemedienangebote einen hohen Stellenwert ein. Internetkompetenz zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass Kinder Inhalte „rezipieren, verstehen, analysieren und bewerten sowie sie genießen, sie vor allem aber aktiv für selbstbestimmte Interessen und Ziele nutzen können“¹⁵⁴. Voraussetzung für die Vermittlung von Medienkompetenz ist dabei die selbstständige Nutzungsmöglichkeit eines Angebots.¹⁵⁵

Die Analyse des Gutachtens zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien zeigt auf, dass eine umfassende Medienkompetenzförderung für private Wettbewerber einen

¹⁴⁹ Vgl. TMK, S. 12.

¹⁵⁰ Vgl. TMK, S. 19.

¹⁵¹ Vgl. TMK, S. 30f.

¹⁵² TMK, S. 19.

¹⁵³ Vgl. hierzu ausführlich das folgende Kapitel C 2.2.3 (Publizistische Bestimmung / Begründung der Verweildauerfristen).

¹⁵⁴ Feil, Christine; Decker, Regina; Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei 5- bis 12-jährigen Kindern, Wiesbaden 2004, S. 67.

¹⁵⁵ Vgl. Theunert, Helga; Demmler, Kathrin: Medien entdecken und erproben. Null- bis Sechsjährige in der Medienpädagogik, in: Theunert, Helga (Hg.): Medienkinder von Geburt an, München 2007, S. 91-118.

untergeordneten Stellenwert aufweist. Dahingegen verfügen der KiKA sowie die anderen untersuchten öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote „insgesamt über qualitativ hochwertige und aus medienpädagogischer Sicht umfangreiche Angebote zur formalen und inhaltlichen Medienbildung von Kinder und Erwachsenen.“¹⁵⁶

Nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats vermittelt das Angebot KiKA Telemedien auf vielfältige und umfassende Weise Medienkompetenz. Zum einen bietet das Angebot **Tipps und Hinweise zur Handhabung** von Computer und Internet, zu Funktionen und Nutzungsmöglichkeiten. Dies geschieht neben inhaltlichen Beiträgen unter anderem durch Spiele, welche die Geschicklichkeit im Umgang mit der Maus fördern, aber auch durch Downloadmöglichkeiten von Bildschirmhintergründen, dem Versenden durch Grußkarten oder Uploadmöglichkeiten. Bei diesen Nutzungsmöglichkeiten werden auch kindgerechte und zum Teil vertonte Handlungsanweisungen gegeben.

Einen Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz leisten auch **Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten**, also Angebotsbestandteile, die zur eigenen kreativen und medialen Gestaltung anregen. Bei KiKA Telemedien haben Kinder die Möglichkeit, „selbst produzierte Inhalte (z.B. Kommentare, Bilder oder Videos) auf die KiKA-Seite“¹⁵⁷ hochzuladen, welche nach redaktioneller Prüfung im Telemedienangebot veröffentlicht bzw. mit dem linearen Angebot verknüpft werden. Zukünftig sollen diese Partizipationsmöglichkeiten in einer „Mitmach-App“ gebündelt werden.¹⁵⁸ So setzen sich Kinder aktiv mit rezipierten Inhalten auseinander, erfahren Selbstwirksamkeit des eigenen Handelns, indem sie Teile des Angebotes mitgestalten können, und entwickeln ein tieferes Verständnis für die Produktionsprozesse und Funktionsweise von Medien.

In der **KiKA-Community** können Kinder zudem den Umgang mit sozialen Medien erlernen. Eine Nutzung setzt eine Registrierung und schriftliche Einverständniserklärung der Eltern voraus und schafft somit ein hohes Maß an Sicherheit. Während der Öffnungszeiten der Community erfolgt eine redaktionelle Vorab-Kontrolle aller Inhalte vor Veröffentlichung, außerhalb der Öffnungszeiten verfügen Nutzer nur über Leserechte.

Hohe Relevanz hinsichtlich der Förderung von Medienkompetenz hat mit Blick auf soziale Medien oder interaktive und personalisierte Angebotsformen auch die **Aufklärung** der Nutzer – sowohl der Kinder als auch der Erwachsenen – **über den Datenschutz**, wenn für bestimmte Angebotsteile Daten erfragt werden. Auch Informationen über weitere datenschutzrelevante Inhalte ist für ein medienkompetenzförderndes Angebot erstrebenswert. Zudem sollte ein sparsamer und transparenter Umgang mit Nutzungsdaten erfolgen. Das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien kommt zu dem Ergebnis, dass alle untersuchten öffentlich-rechtlichen Angebote über ausführliche Informationen zum Datenschutz (teilweise an Kinder bzw. Eltern gerichtet) verfügen. Bei den analysierten privaten Angeboten sind Datenschutzhinweise mehrheitlich etwas versteckter platziert. Kritisch sehen die Gutachterinnen jedoch bei einigen privaten Anbietern die personenbezogene Datenabfrage beispielsweise über Gewinnspiele.¹⁵⁹ Im Telemedienkonzept KiKA Telemedien wird ausgeführt, dass der KiKA den Prinzipien der Datensparsamkeit und Datenvermeidung folgt und grundsätzlich so wenige

¹⁵⁶ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 88.

¹⁵⁷ TMK, S. 21f.

¹⁵⁸ Vgl. TMK, S. 32.

¹⁵⁹ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 38.

Daten wie möglich erhebt. Für Kinder gibt es demnach eine spezielle Aufbereitung von Datenschutzerklärung und weiteren datenschutzrelevanten Inhalten.¹⁶⁰

Nicht zuletzt dient der separate **Bereich für Eltern und Pädagogen**, der zukünftig weiter ausgebaut und um einen Blog ergänzt werden soll, der Vermittlung von Medienkompetenz. Das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien kommt zu dem Ergebnis, dass die Begleitangebote privater Wettbewerber mit dem in Bezug auf KiKA Telemedien beschriebenen Umfang und Tiefe nur begrenzt vergleichbar sind.¹⁶¹ Das geplante Blog-Angebot des KiKA wird als sinnvolles Instrument bewertet, um sich mit Experten zu konkreten Fragestellungen auszutauschen.¹⁶² Als besonders relevant erachtet es der MDR-Rundfunkrat, dass Eltern nicht nur Hinweise dazu finden sollen, wie Kinder an die Internetnutzung oder die sozialen Medien herangeführt werden können, sondern auch Anregungen erhalten für die soziale Interaktion mit ihren Kindern bei Spielen oder zu Beschäftigungsmöglichkeiten abseits des Computers. Auch Hinweise zur Alterseignung bestimmter Inhalte sollen hier gegeben werden. Zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrates wie auch der GVK steht daher fest, dass das Angebot KiKA Telemedien mit seinem erweiterten Erwachsenenbereich dem wachsenden Bedürfnis von Eltern und Pädagogen nach Orientierung und Unterstützung bei der Medienbegleitung ihrer Kinder gerecht wird.

5. Geschützter Raum

Verschiedene Mediennutzungsstudien verweisen angesichts einer zunehmenden Unübersichtlichkeit in der digitalen Medienwelt und der damit einhergehenden wahrgenommenen Risiken auf ein steigendes Sicherheitsbedürfnis von Eltern, wenn es um die digitale Mediennutzung ihres Nachwuchses geht.¹⁶³ Das Telemedienkonzept beschreibt vor diesem Hintergrund KiKA Telemedien als einen geschützten Raum, „der Kindern die Möglichkeit gibt, den Umgang mit digitaler Technologie spielerisch zu erlernen und mögliche Gefahren zu erkennen“¹⁶⁴.

In diesem Zusammenhang stellen **Werbefreiheit sowie die Freiheit von kommerziellen Interessen** bei Kinderangeboten nach Ansicht des MDR-Rundfunkrates ebenso wie der GVK und des ZDF-Fernsehrats ein wichtiges Qualitätsmerkmal dar. Den von der MG RTL und dem BDZV/VDZ diesbezüglich vorgetragenen Argumenten kann nicht gefolgt werden, denn Kinder können erwiesenermaßen noch nicht hinlänglich zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten unterscheiden:

Während Erwachsenen bewusst ist, dass sie den kostenlosen Zugriff auf Webinhalte mit der Inkaufnahme von Werbung bezahlen und Produktinformationen der Verkaufsförderung dienen, ist beim Internetbesuch von Kindern auf einer Firmenhomepage nicht davon auszugehen, dass sie den Zweck des ‚Internetauftritts‘ durchschauen.¹⁶⁵

¹⁶⁰ Vgl. TMK, S. 39.

¹⁶¹ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 57ff., 88.

¹⁶² Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 62.

¹⁶³ Vgl. u.a. Kühn, Joana; Lampert, Claudia: Mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen. Eine qualitative Studie zur Smartphone- und Tablet-Nutzung von Zwei- bis 14-Jährigen, 2015, S. 7; DIVSI U9-Studie, 2015, S. 133.

¹⁶⁴ TMK, S. 12.

¹⁶⁵ Feil, Christine; Decker, Regina; Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei 5- bis 12-jährigen Kindern, Wiesbaden 2004, S. 42.

Auch das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien zählt die Unabhängigkeit eines Telemedienangebots zu den relevanten Qualitätskriterien. Insbesondere bei jüngeren Kindern sei das Verständnis für die Funktionsweise von Werbung noch nicht ausreichend entwickelt, daher seien Kaufangebote und Werbeelemente kritisch zu beurteilen.¹⁶⁶ Dementsprechend sollte auch **kein direkter Zugang zu Online-Shops** oder Kaufangeboten vorhanden sein und Kinder sollten nicht zum Kauf von Produkten aufgefordert werden.

Zur Beurteilung, inwiefern ein Angebot als Schutzraum für Kinder angesehen werden kann, ist auch die Frage nach zusätzlichen **Verlinkungen auf externe Angebote** relevant. Verlinkungen können ein Angebot zwar grundsätzlich sinnvoll ergänzen und vertiefen sowie Hinweise für weitere Zusatzinformationen liefern, sind insbesondere für jüngere Kinder allerdings nur begrenzt geeignet, da ihnen die vernetzte Struktur des Angebots noch nicht vollständig vertraut ist und sie dabei möglicherweise auf ungeeignete Inhalte stoßen könnten. Wichtig ist daher eine sorgfältige Auswahl gesetzter Links, die sich auf für Kinder geeignete Angebote beschränken sollten. Seiner Bündelungsfunktion entsprechend verlinken KiKA Telemedien auf andere öffentlich-rechtliche Kinderangebote, wodurch Doppelungen in den Angeboten vermieden werden. Ausgesprochen sorgfältig ist insbesondere mit **Verlinkungen zu Drittplattformen und sozialen Medien** umzugehen. Das Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien stellt fest, dass die untersuchten öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote keine direkten Verlinkungen von den Kinderangeboten zu Drittplattforminhalten aufweisen, während dies bei mehreren privaten Wettbewerbern der Fall ist.¹⁶⁷ Wie bereits in Kapitel C 1.2 (Abschnitt „Drittplattformen“) ausgeführt, ist bei dem Einsatz von Verlinkungen zu externen Angeboten sicherzustellen, dass Kinder nicht auf problematische Inhalte stoßen und der mediale Schutzraum hierdurch nicht aufgeweicht wird.

Im Abschnitt „Förderung der Medienkompetenz“ wurden bereits einige qualitative Aspekte beschrieben, die auch zu einem wirksamen Schutz der jungen Nutzer von KiKA Telemedien beitragen. Hierzu zählen zum einen ein wirksamer **Datenschutz**, Datensparsamkeit sowie eine transparente Aufklärung über den Umgang mit anfallenden Daten. Daneben bietet auch die redaktionell kontrollierte und begleitete **Community** einen sicheren Raum für Interaktionen. Auch für Nutzer auf Drittplattformen soll durch diverse technische und redaktionelle Maßnahmen sichergestellt werden, dass Nutzer von KiKA-Inhalten auf Drittplattformen ebenfalls bestmöglich geschützt sind.¹⁶⁸

Nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats ergeben sich aus der geplanten Entwicklung von App-Angeboten ebenfalls wirksame Schutzmöglichkeiten für die Nutzer, da **Apps** ein in sich geschlossenes Angebot darstellen und somit gerade für Internetanfänger einen geeigneten Einstieg bieten können. Diese Auffassung vertritt auch die GVK.

KiKA Text

Die oben beschriebenen Ziele und identifizierten Qualitätsmerkmale des Angebots KiKA Telemedien gelten grundsätzlich auch für das Teletextangebot des KiKA. Hierfür erachtet der MDR-Rundfunkrat folgende qualitative Aspekte als besonders relevant:

¹⁶⁶ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 15, 36.

¹⁶⁷ Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 40f.

¹⁶⁸ Vgl. hierzu ausführlich Kapitel C 1.2 Abschnitt „Drittplattformen“.

Das Teletextangebot des KiKA bietet Kindern **besonderen Schutz**, da es zum einen werbefrei und frei von kommerziellen Inhalten ist, zum anderen weil Kinder bei Nutzung des KiKA Text als reinem Kinderangebot nicht versehentlich ungeeignete Erwachsenen Seiten aufsuchen können.

Die **Untertitelungsfunktion** von TV-Sendungen ist als Beitrag zur Barrierefreiheit, zur Sprachförderung und somit zur Integration aller Kinder besonders herauszustellen, welche bei keinem privaten Kinder-Teletextangebot zu finden ist.

KiKA Text weist im Vergleich zu publizistischen Wettbewerbern eine besonders **große inhaltliche Breite** auf, die den unterschiedlichen Interessen der Nutzer gerecht wird und die große Altersspanne der Nutzer zwischen drei und 13 Jahren berücksichtigt. So werden Inhalte aus den Bereichen Wissenschaft, Politik, Kultur, Sport, Unterhaltung angeboten. **Mitmach-Aktionen** regen zur aktiven Auseinandersetzung mit rezipierten Inhalten des KiKA an. Nicht zuletzt dienen **Elternseiten** der Vermittlung von Medienkompetenz, da Eltern hierdurch Hinweise zur Mediennutzung der Kinder, Informationen zur Förderung von Medienkompetenz oder zum Angebot des KiKA erhalten können.

Insgesamt sind KiKA Telemedien nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats ein qualitätsvolles Angebot und auf Basis der untersuchten Qualitätsmerkmale geeignet, die mit dem Telemedienkonzept verbundenen und aus gesellschaftlicher Perspektive wünschenswerten Ziele zu erreichen. In der Gesamtbetrachtung der dargestellten Qualitätsmerkmale leistet das Angebot einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb.

2.2.3 Publizistische Bestimmung / Begründung der Verweildauerfristen

Das Verweildauerkonzept zu KiKA Telemedien wurde im Kapitel B 2.1 dargestellt. In Kapitel C 1.1.1 wurde die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen zur Verweildauer geprüft. An dieser Stelle prüft der MDR-Rundfunkrat, ob das geplante Verweildauerkonzept angemessen und publizistisch begründet ist.

a) Stellungnahmen Dritter

Die MG RTL und der VPRT verweisen darauf, dass eine längere Verweildauer wegen stärkerer marktlicher Auswirkungen sowie höherer Kosten einer besonderen Begründung bedürfe. Das geplante Verweildauerkonzept mit einer grundsätzlichen Verweildauer sei daher abzulehnen. **Pauschale Begründungen** sind der MG RTL zufolge nicht ausreichend. Insbesondere hinsichtlich audiovisueller und multimedialer Inhalte (Musik, Filme, Spiele) befürchtet der VPRT negative Auswirkungen.

Die MG RTL und der VPRT halten die Begründung für das veränderte Verweildauerkonzept für nicht stichhaltig. Die Behauptung, Kinder seien durch illegale YouTube-Uploads an eine unbegrenzte Verfügbarkeit von Inhalten gewohnt, sei nicht nachvollziehbar. Auch die Behauptung, das geltende Verweildauerkonzept beeinträchtige den Bildungserfolg, sei nicht belegt. Die für einen Lernerfolg erforderlichen Wiederholungen ließen sich auch durch die bestehenden Fristen erzielen. Mit dem Argument, für die Nutzer entstünde ein Ungleichgewicht, da die Verweildauerregelungen für private Wettbewerber nicht gelten, würden die gesetzgeberischen Intentionen zum Schutz privater Wettbewerber missachtet. Durch wiederholte Ausstrahlungen im Fernsehen seien auch erneute Online-Veröffentlichungen möglich, um einem schnellen Publikumsaustausch

Rechnung zu tragen. Zudem widerspreche das Argument, für einen dauerhaften Dialog seien längere Verweildauerfristen erforderlich, dem Charakter des Mediums (VPRT). Wiederholungen widersprüchen auch dem vom KiKA postulierten Kriterium der Aktualität (VPRT).

Die MG RTL moniert, dass mit dem Verweildauerkonzept der MDR-Rundfunkrat seiner Zuständigkeit beraubt werde, da die **Entscheidung über die Bemessung für jeden Einzelfall beim MDR-Rundfunkrat** liegen müsse.

Private Vermarktungskonzepte sehen laut MG RTL nur selten eine Verwertbarkeit über sieben Tage vor, praktisch nie länger als 48 Tage. Angebote mit längerer Verweildauer könnten nur kostenpflichtig angeboten werden. Insbesondere bei fiktionalen Formaten würden **Erwartungshaltungen** geschaffen, die private Wettbewerber wegen hoher Lizenzkosten nicht einlösen könnten. Andererseits äußert die MG RTL Verständnis für den Wunsch nach längeren Verweildauern bei vollständig eigenproduzierten Inhalten; im Gegenzug wird jedoch eine Einhaltung der 7-Tage-Regelung für co- und fremdproduzierte Inhalte gefordert.

Dr. Grassmuck begrüßt das Verweildauerkonzept zur Lösung des Verweildauerdilemmas. Die Bedeutung eines **zuverlässigen Zugriffs auf für die Bildungsarbeit wichtige Inhalte** werde überzeugend dargelegt.

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Im Telemedienkonzept wird erläutert, dass Kinder einen eigenen Rhythmus haben, um sich Wissen anzueignen. Sie seien gewohnt, auf Inhalte uneingeschränkt zuzugreifen und diese im Netz zu finden. Verstärkt werde diese Tendenz durch rechtswidrig auf Videoportalen bereitgestellte KiKA-Inhalte. Befürchtet wird eine dauerhafte Abwanderung der Nutzer durch die Erfahrung, dass Inhalte nicht (mehr) bei KiKA, gleichwohl aber auf anderen Portalen auffindbar seien. Wiederholungen über einen längeren Zeitraum seien zum Erreichen von Lernerfolgen erforderlich. Es entstehe zudem ein Ungleichgewicht, da Verweildauerbeschränkungen für private Wettbewerber nicht gälten. Auf Grund langer Lebenszyklen, hoher Wiederholungsraten im linearen Programm sowie einem schnellen Publikumsaustausch träfen Online-Inhalte auf eine dauerhafte Nachfrage. Zudem sei für neue Formen von Interaktivität und Kommunikation als dauerhafter Dialog eine langfristige Verweildauer erforderlich.¹⁶⁹

In ihrer Kommentierung bekräftigt die Intendantin die Auffassung, das Internet habe sich zu einer Form des kollektiven, externen Gedächtnisses entwickelt, was mit **Nutzererwartungen nach dauerhaft abrufbaren Inhalten** einhergehe. Der Verweis der MG RTL auf urheberrechtliche Beschränkungen bei YouTube greife zu kurz. Mit der Anpassung des Verweildauerkonzepts sei, anders als vom VPRT und der MG RTL befürchtet, **keine erhebliche Steigerung des finanziellen Aufwands** zu erwarten, da die Rechteabgeltung bei Eigenproduktionen unabhängig von der Verweildauer erfolge und für Auftragsproduktionen in der Regel umfassende Lizenzrechte vorlägen. Darüber hinaus sei kein weitergehender Rechteerwerb geplant, vielmehr gehe es um eine bessere Ausnutzung bestehender Nutzungsrechte. Zudem sollen mit dem Verweildauerkonzept unterschiedliche Verweildauern untereinander **harmonisiert**, für den Nutzer plausibler und die Administration einfacher und effizienter gemacht werden. Die In-

¹⁶⁹ Vgl. TMK, S. 41f.

tendantin schließt verschärfte Bedingungen für die Wettbewerber auf dem Lizenzmarkt durch eine Verlängerung der Verweildauer aus, da zum einen für öffentlich-rechtliche und private Wettbewerber hier die gleichen Marktbedingungen gälten und zudem die rechtlichen Möglichkeiten des KiKA in Bezug auf Kaufproduktionen beschränkt seien. Ein Widerspruch zwischen langer Verweildauer und Aktualitätsanspruch des KiKA bei aktuellen Themen sei nicht erkennbar. Zudem wird nochmals die **Bedeutung von langen Verweildauern für die Erfüllung des Bildungsauftrags** betont. Auch wird – entgegen der vom VPRT geäußerten Zweifel – eine lange Verweildauer als Voraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation mit der Zielgruppe gesehen.¹⁷⁰

c) Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien

Kritisch beurteilen die Gutachterinnen eine starke Begrenzung der Verweildauer. Für die Zielgruppe der Drei- bis 13-Jährigen sei es „selbstverständlich, jederzeit uneingeschränkt auf die gewünschten Inhalte zugreifen zu können“¹⁷¹. Eine starke zeitliche Beschränkung führe daher schnell zur Abwendung von dem Angebot. Geltende rechtliche Bestimmungen bezüglich der Begrenzung der Verweildauer öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote seien Kindern nur schwer zu vermitteln.¹⁷² Die Anwendung der für Erwachsene geltenden Verweildauerbestimmungen führe nach Ansicht der Gutachterinnen „zu einer deutlichen Beeinträchtigung des gesellschaftlichen, kulturellen und bildenden Funktionsauftrages des KiKA.“¹⁷³

Zusammenfassend stellen die Gutachterinnen fest: **„Für eine erfolgreiche Umsetzung des Telemedienkonzepts ist daher eine Ausweitung und Harmonisierung der unterschiedlichen Verweildauern zwingend notwendig.“**¹⁷⁴

d) Weitere Sachverhaltsermittlung (Nachfragen an die Intendantin)

Der MDR-Rundfunkrat hat die Begründung für die Veränderung des Verweildauerkonzepts, wodurch es teilweise auch zu einer Verweildauerverkürzung kommt, hinterfragt. Die Intendantin erklärt, obwohl ein über zwei Jahre hinausgehender Verweildauerzeitraum zusätzliche positive Effekte habe, habe man sich für einen mittleren Weg entschieden. Die Vorteile durch die Angleichung und teilweise Ausweitung auf zwei Jahre überwiegen die damit verbundene Reduzierung der Verweildauer in einem Genre. Mit dem vorgelegten Verweildauerkonzept erreiche man eine Angleichung an das Verweildauerkonzept von ZDFtivi. Auch mit dem SWR-Kindernetz werde ein ähnlicher Ansatz verfolgt. Im Übrigen entscheide jede Rundfunkanstalt unabhängig über die Anpassung der jeweiligen Verweildauerkonzepte.¹⁷⁵

In der Sitzung des Telemedienausschusses am 29.08.16 wurde ein Mitarbeiter des KiKA um zusätzliche Informationen zum Verweildauerkonzept gebeten. Es wurde erklärt, dass derzeit eine Verweildauer von bis zu fünf Jahren bei Bildungsinhalten nur für kika.de, nicht jedoch für kikaninchen.de und KiKA+ erlaubt sei, was in der Praxis dazu führe, dass diese kaum ausgeschöpft werden könne, sondern man sich an der kürzeren Verweildauer von KiKA+ orientiere. Insofern stelle die Harmonisierung von drei Ver-

¹⁷⁰ Vgl. Kommentierung, S. 34ff.

¹⁷¹ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 55.

¹⁷² Vgl. Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 73.

¹⁷³ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 87.

¹⁷⁴ Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien, S. 89.

¹⁷⁵ Vgl. Antwort auf Nachfragen vom 09.03.16, S. 15f.

weildauerkonzepten einen praxisnahen und tragfähigen Kompromiss da, der auch der Erwartungshaltung der Nutzer entspreche.

e) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Die Anpassung und damit weitgehende Ausweitung der Verweildauern auf zwei Jahre kommt nach Ansicht der GVK der **Erwartungshaltung der Zielgruppe** entgegen, dass relevante Inhalte jederzeit orts- und zeitunabhängig zur Verfügung stehen. Die damit einhergehende Harmonisierung trage zu einer Vereinfachung der Angebotsnutzung bei. Auch unter medienpädagogischen Aspekten begrüßt die GVK insbesondere, dass die **hochwertigen Informations-, Wissens- und Bildungsinhalte längerfristig zur Verfügung** stehen. Die GVK habe sich bereits in ihrer Beschlussempfehlung zum DST-Verfahren kika.de für die Entwicklung eines einheitlichen Verweildauerkonzepts der Online-Angebote des KiKA ausgesprochen und begrüßt vor diesem Hintergrund die nun vorgesehene Anpassung. Die GVK setzt sich – sofern rechtlich und finanziell möglich – für eine weitgehende Ausschöpfung der Verweildauerfristen ein.

Der ARD-Programmbeirat begrüßt, dass Inhalte grundsätzlich bis zu zwei Jahren bereitgehalten werden können. Er plädiert im Sinne des Bildungsauftrags und der Auffindbarkeit im Netz zudem dafür, die Möglichkeit zu prüfen, **Bildungsangebote potenziell zeitlich unbegrenzt vorzuhalten**.

f) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Der MDR-Rundfunkrat hält das Verweildauerkonzept für publizistisch begründet und nachvollziehbar.

Nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats ist die Angabe einer Maximalverweildauerangabe im Verweildauerkonzept und Einzelfallentscheidungen nach redaktionell-journalistischen Kriterien in der Praxis nicht zu beanstanden.¹⁷⁶ Anders als von der MG RTL argumentiert zählt es nicht zu den Aufgaben des MDR-Rundfunkrats, Verweildauerentscheidungen für jeden Einzelfall zu treffen. Grundlage der Entscheidung durch den MDR-Rundfunkrat ist das Telemedienkonzept mit dem darin beschriebenen Verweildauerkonzept.

Nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats hat die Intendantin im Telemedienkonzept, in ihrer Kommentierung sowie in ihrer Antwort auf die Nachfragen des MDR-Rundfunkrats vom 09.03.16 **umfassend und schlüssig begründet**, warum eine Neuregelung der bestehenden KiKA-Verweildauerkonzepte erforderlich ist.

Der MDR-Rundfunkrat hat bereits bei seiner Entscheidung zum Telemedienkonzept kika.de 2010 deutlich gemacht, dass „eine noch stärkere Anpassung des Verweildauerkonzepts an kindliche Bedürfnisse wünschenswert“¹⁷⁷ gewesen wäre. Eine **stärkere Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse von Kindern** im Verweildauerkonzept ist somit zu positiv zu bewerten. Es kann davon ausgegangen werden, dass insbesondere Informations-, Wissens- und Bildungsinhalte ihre publizistische Wirkung erst dann voll entfalten können, wenn auf sie längerfristig zurückgegriffen werden kann, wenn Inhalte zu einem Thema gebündelt, in einen größeren Kontext eingeordnet werden können oder die Entwicklung eines Themas längerfristig nachgezeichnet werden

¹⁷⁶ Vgl. amtliche Begründung zum 12. RÄStV: „In jedem Fall muss die Obergrenze für die zeitliche Verfügbarkeit angegeben werden“, S. 21.

¹⁷⁷ Beschluss über die Genehmigung des Telemedienkonzepts kika.de, 2010, S. 59.

kann. Auch für die Einbindung von Inhalten des KiKA in die medienpädagogische Erziehung in Kindergärten oder Schulen ist eine verlässliche langfristige Verfügbarkeit Voraussetzung. Dies stellt auch keinen Widerspruch zu dem Anspruch des KiKA an die Aktualität seines Angebots dar, da die konkrete Verweildauer nach redaktionellen Kriterien festgelegt wird. **In Übereinstimmung mit der Auffassung der mitberatenden Gremien trägt eine längere Verweildauer nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats somit dem öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrag Rechnung. Der MDR-Rundfunkrat begrüßt auch die Ankündigung, die Verweildauermöglichkeiten bestmöglich auszuschöpfen.**

In seiner früheren Entscheidung zum Telemedienkonzept kika.de hat sich der MDR-Rundfunkrat für eine Harmonisierung der Verweildauerregelungen von Kinderinhalten innerhalb der KiKA Telemedien aber auch der öffentlich-rechtlichen Angebote insgesamt eingesetzt. Das nun vorgelegte Verweildauerkonzept ist als ein richtiger Schritt zu befürworten, allerdings sieht der MDR-Rundfunkrat hier auch innerhalb der ARD noch weiteren Harmonisierungs und Handlungsbedarf. **Der MDR-Rundfunkrat fordert daher weiterhin nachdrücklich eine Harmonisierung der Verweildauer von Kinderangeboten innerhalb der ARD. Zur Berücksichtigung der besonderen Bedürfnisse von Kindern sollte hierbei eine möglichst lange Verweildauerfrist angestrebt werden.**

2.3 Bewertung des publizistischen Nutzens (Abwägung)

a) Stellungnahmen Dritter

Eine positive Angebotsleistung ist laut MG RTL dann anzunehmen, wenn das Angebot weder aus Nachfrager- noch aus Anbietersicht substituierbar ist. Bei den im Telemedienkonzept dargestellten Kriterien handele es sich um keine Alleinstellungsmerkmale, da diese durch mindestens einen anderen Wettbewerber ebenfalls erfüllt würden. Ein qualitativer Beitrag und Mehrwert zum publizistischen Wettbewerb liegt nach Auffassung des VPRT erst dann vor, wenn tatsächlich eine „**Marktlücke**“ bestehe. Die MG RTL geht von einer **Dominanz negativer Aspekte** durch die Veränderung des Angebots KiKA Telemedien aus. Publizistisch sei das Angebot weder exklusiv noch einzigartig. Ziel müsse es sein, **marktliche Auswirkungen durch Auflagen deutlich zu reduzieren**. Insbesondere hinsichtlich der langen Verweildauer sei mit negativen Auswirkungen zu rechnen.

Im Übrigen wird auf die bereits im Kapitel C 2.2.2 zusammengefassten Argumente aus den Stellungnahmen bezüglich der publizistischen Leistung von KiKA Telemedien verwiesen.

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

In ihrer Kommentierung macht die Intendantin deutlich, dass der in einigen Stellungnahmen geforderte „Mehrwert“ kein Kriterium zur Analyse des publizistischen Wettbewerbs sei und weist die Forderung, der KiKA dürfe nur „Marktlücken“ besetzen, als unzulässig zurück. KiKA leiste auch dann einen publizistischen Beitrag, wenn der publizistische Markt in Summe die Inhalte des KiKA abbilde, da hierdurch Monopolisierungstendenzen vorgebeugt werde. Die gesellschaftliche Rolle des öffentlich-rechtlichen

Rundfunks bestehe nicht darin Lücken zu füllen, sondern **einen vielfältigen gesellschaftlichen Diskurs abzusichern**.¹⁷⁸

c) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Auf Basis der Ergebnisse des marktlichen Gutachtens stellt der MDR-Rundfunkrat fest, dass die durch eine Weiterentwicklung des Angebots KiKA Telemedien zu erwartenden **marktlichen Auswirkungen auf direkte und angrenzende Märkte geringfügig** sind und der ökonomische Wettbewerb somit nicht gravierend und unzumutbar beeinflusst wird. Die prognostizierten marktlichen Auswirkungen wurden unter der Prämisse einer unbegrenzten Verweildauer von KiKA Telemedien erhoben, die tatsächlich zu erwartenden Effekte dürften somit geringer ausfallen. Es besteht folglich keine Notwendigkeit, die zu erwartenden marktlichen Auswirkungen durch Auflagen zu mindern, wie dies in der Stellungnahme der MG RTL gefordert wird.

Darüber hinaus ist bei der Beurteilung des qualitativen Beitrags zum publizistischen Wettbewerb zu berücksichtigen, dass öffentlich-rechtliche Qualitätsinhalte wie des KiKA angesichts der relativ kleinen Zielgruppe durch kommerzielle Geschäftsmodelle nur schwer zu refinanzieren sind.¹⁷⁹

Der Beitrag von KiKA Telemedien zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht ergibt sich unter anderem aus der großen inhaltlichen Themenbreite und -vielfalt des Angebots, mit dem die gesamte Altersspanne von Kindern zwischen drei und 13 Jahren angesprochen werden soll. Besonders hervorzuheben ist hierbei, dass KiKA Telemedien auch aktuelle gesellschaftlich relevante und politische Inhalte redaktionell-journalistisch aufgreift und zielgruppengerecht erklärt und über professionelle Beratungskompetenz bei sensiblen und problematischen Themen verfügt. Demgegenüber fokussieren sich viele publizistische Wettbewerber auf einen speziellen Themenbereich oder ein Teilsegment der Zielgruppe. Andere weisen zwar ebenfalls einen relativ breiten Themenspektrum auf, berücksichtigen jedoch aktuelle politische und gesellschaftliche Ereignisse nicht in gleicher Weise wie das Angebot KiKA Telemedien.

In qualitativer Hinsicht zeichnet sich das Angebot KiKA Telemedien zudem durch seinen pädagogischen Ansatz aus. Der MDR-Rundfunkrat betont den bildungsrelevanten und wissensvermittelnden Charakter des Angebots, der sich über sämtliche – auch unterhaltende – Angebotsbestandteile erstreckt. Hierzu gehört auch die Leistung des Angebots KiKA Telemedien bei der Vermittlung von Medienkompetenz, welches nach Auffassung des MDR-Rundfunkrats eines der zentralen Anliegen des Angebots darstellt und in dieser Tiefe bei den Angeboten des privaten Wettbewerbs nicht zu finden ist.

Von der Mehrzahl privater Wettbewerber unterscheidet sich das Angebot KiKA Telemedien auch dadurch, dass es einen geschützten Raum für die ersten Erfahrungen der jungen Zielgruppe mit digitalen Medien bietet. Als Kinderangebot sind für KiKA Telemedien Werbefreiheit und Freiheit von kommerziellen Interessen ebenso wie der sorgsame Umgang mit externen Verlinkungen wesentliche Qualitätskriterien.

¹⁷⁸ Vgl. Kommentierung, S. 24ff.

¹⁷⁹ So stellt das marktliche Gutachten in Bezug auf Kinder-Telemedienangebote von Zeitungen und Verlagen fest, dass tragfähige Geschäftsmodelle aktuell kaum zu erkennen seien und entsprechende Angebote daher vor allem durch Quersubventionierung finanziert würden. Vgl. Wettbewerbsökonomisches Gutachten, S. 46.

Der MDR-Rundfunkrat hat sich auch mit den im Telemedienkonzept dargestellten umfassenden öffentlich-rechtlichen Wettbewerbern befasst. Die Angebote kinder.ard.de, und br-kinderinsel.de bündeln und begleiten Inhalte aus den Radio- und Fernsehprogrammen der ARD bzw. des BR. Bei sesamstrasse.de und wdr-elefant.de handelt es sich um programmbegleitende Telemedienangebote zur jeweiligen Sendung. Kiraka.de ist ein Kinderradiokanal des WDR mit stark auditiver Prägung. Die Angebote checkeins.de und tivi.de begleiten Kinderinhalte aus den Fernsehprogrammen von ARD und ZDF. Diese sowie das SWR-Kindernetz wurden im Gutachten zum qualitativen Beitrag von KiKA Telemedien einer ausführlichen qualitativen Analyse unterzogen. Im Ergebnis ist festzustellen, dass sich das Angebot KiKA Telemedien von den öffentlich-rechtlichen Wettbewerbern insbesondere durch seine publizistische Ausrichtung und die Bezüge zum linearen Angebot des KiKA sowie durch seine Gestaltung und Formensprache unterscheidet.

Dem Argument des VPRT, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Bereich der Telemedien erst dann einen publizistischen Beitrag leistet, wenn ein Angebot vollkommen exklusiv und einzigartig ist und somit eine tatsächliche Angebotslücke besteht, widerspricht der MDR-Rundfunkrat. Vielmehr ist im Sinne der Sicherung von Meinungsvielfalt und damit des gesellschaftlichen Diskurses auch dann ein qualitativer Beitrag zum publizistischen Wettbewerb zu erwarten, wenn es mehrere inhaltlich vergleichbare Angebote gibt. **Unbenommen davon steht zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats jedoch fest, dass das Telemedienangebot KiKA Telemedien durch seine Themenbreite, -tiefe und -vielfalt, die kindgerechte Behandlung aktueller gesellschaftlicher und sensibler Themen, seine pädagogische Ausrichtung und die umfassende Förderung von Medienkompetenz einen wesentlichen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht leistet.**

Das Verweildauerkonzept ist publizistisch begründet und nachvollziehbar. **Eine Verweildauer von bis zu zwei Jahren trägt dem öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrag Rechnung**, da Inhalte somit langfristig und verlässlich zur Verfügung gestellt werden können und die besonderen Bedürfnisse der Zielgruppe berücksichtigt werden.

Die angestrebte Weiterentwicklung des Angebots KiKA Telemedien ist nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats erforderlich, um angesichts sich deutlich abzeichnender Veränderungen des individuellen Mediennutzungsverhaltens im publizistischen Wettbewerb auch zukünftig bestehen und dadurch zur öffentlichen Meinungsbildung beitragen zu können. Meinung im Sinne der Meinungsbildung ist „jedes Stellung beziehende Dafürhalten im Sinne einer Wertung. Damit kann es sich um ein Werturteil, eine Ansicht, Anschauung, Auffassung, Überzeugung, Beurteilung, Bewertung oder Einschätzung handeln.“¹⁸⁰ Aus Sicht des MDR-Rundfunkrats ist es daher unverzichtbar, dass Heranwachsende und zukünftige Beitragszahler, welche durch linear ausgestrahlte öffentlich-rechtliche Angebote zunehmend weniger erreichbar sind, sich auch über Themen von allgemeiner gesellschaftlicher Relevanz informieren, inhaltlich auseinandersetzen und mit anderen Nutzern austauschen können. Gleichzeitig können junge Nutzer so Urteils- und Kritikfähigkeit hinsichtlich der Qualität verschiedener Medienangebote entwickeln. **Der MDR-Rundfunkrat gelangt zu der Auffassung, dass das Angebot KiKA Telemedien meinungsbildend ist, indem es durch Inhalte nahe an der Le-**

¹⁸⁰ Dorn, Rebecca: Pressekonkurrenz und Meinungsvielfalt, Hamburg 2004, S. 62.

benswirklichkeit der Nutzer dazu beiträgt, Kinder zu vielseitig interessierten, urteils- und kritikfähigen Bürgern der Gesellschaft zu erziehen, die ein Verständnis auch für andere Völker, Religionen oder Kulturen aufbringen.

Ergebnis Stufe 2:

Zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats steht fest, dass das Telemedienangebot KiKA Telemedien meinungsbildend ist und in der Summe der genannten Qualitätsmerkmale sowie unter Berücksichtigung der insgesamt nicht gravierenden marktlichen Auswirkungen einen positiven Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht leistet.

3 Dritte Stufe: Welcher finanzielle Aufwand ist für das Angebot erforderlich?

Gemäß § 11f Abs. 4 Ziff. 3 ist im Rahmen des Drei-Stufen-Tests eine Aussage dazu zu treffen, welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist (dritte Stufe). Dabei muss die Beschreibung des Telemedienangebots eine Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF ermöglichen.

a) Stellungnahmen Dritter

Der VPRT hält das Angebot aufgrund fehlender Transparenz bei der Beschreibung des finanziellen Aufwands für nicht genehmigungsfähig. Insbesondere werden **fehlende Kostenaufschlüsselungen** sowie Aussagen zur Kostenverteilung des Mehraufwands auf die neuen Angebotsbestandteile gerügt (MG RTL, VPRT). Der VPRT fordert eine Offenlegung der aktuellen Kostenstruktur. Laut BDZV/VDZ bringt nur eine Vollkostenrechnung Klarheit über die wahren Kosten des Telemedienangebots. Es sei zwischen Initial-, Fix- und laufenden Kosten zu unterscheiden. Zudem sei ein Planungszeitraum über mindestens fünf Jahre darzustellen.

Die MG RTL und der VPRT vermissen eine substantiierte Begründung für die Steigerung des finanziellen Aufwands. Laut VPRT verdoppele sich der finanzielle Aufwand. Die MG RTL konstatiert, die Summe von 3,3 Mio. Euro p.a. übertreffe die Finanzkraft der nächsten publizistischen Wettbewerber deutlich. Die Summe übersteige das Gesamt-Jahresbudget aller SUPER RTL-Kinderangebote. Es wird daher eine realistische Einordnung anhand konkreter Vergleiche mit den Aufwendungen der nächsten Wettbewerber gefordert. Der starke Wettbewerbsdruck erfordere bei den privaten Wettbewerbern seit Jahren Kostensenkungen.

b) Ausführungen der Intendantin (aus Angebotskonzept und Kommentierung)

Der finanzielle Aufwand für KiKA Telemedien wird mit **3,3 Mio. Euro p.a.** angegeben. Der finanzielle Mehrbedarf gegenüber dem bestehenden Angebot ergebe sich durch die funktionale sowie inhaltliche Vertiefung und Erweiterung der Angebote. Wird der im Telemedienkonzept angegebene Aufwand um zehn Prozent überschritten, informiert die Intendantin den MDR-Rundfunkrat, welcher auf Grundlage der vorgelegten Erläuterungen prüft, ob die Aufgreifkriterien für einen neuen Drei-Stufen-Tests erfüllt sind.¹⁸¹

In ihrer Kommentierung stellt die Intendantin fest, dass die Darstellung des finanziellen Aufwands den geltenden Anforderungen genüge. Zudem hebt sie hervor, dass die reale Steigerung (Berücksichtigung von jährlichen Steigerungsraten zum Teuerungsausgleich sowie Anhebung der Zuschlagssätze für freie Mitarbeiterinnen) deutlich unter den in den Stellungnahmen genannten Zahlen liege. Eine reale Steigerung des Budgets könne zudem nur durch eine **Umschichtung** aus dem Budget der linearen Bereiche erfolgen, wodurch dieser Anstieg signifikant begrenzt werde. Die Intendantin erklärt auch, dass der KiKA – anders als von der MG RTL behauptet – über keine bessere finanzielle Ausstattung als seine nächsten Wettbewerber verfüge.¹⁸²

¹⁸¹ Vgl. TMK, S. 42f.

¹⁸² Vgl. Kommentierung, S. 37ff.

c) Weitere Sachverhaltsermittlung (Nachfragen an die Intendantin)

Dem MDR-Rundfunkrat wurde eine Kostenaufschlüsselung nach KEF-Leitfaden vorgelegt. Diese zusätzlichen Kosteninformationen lagen auch den Gutachtern für die Erstellung des marktlichen Gutachtens vor. Aus diesen Zusatzinformationen geht hervor, wie sich der Mehraufwand zusammensetzt. Es wird dargelegt, dass mit der bimedialen Ausrichtung des KiKA auch eine **Verlagerung von Kosten aus dem linearen Programmangebot** in das Telemedienangebot einhergehe. So würden sich beispielsweise die Tätigkeitsprofile in Richtung multimedialer Darstellungsformen erweitern (z.B. Social-Media-Manager, Betreuer Erwachsenenangebot, Realisator Multimedia).

Der MDR-Rundfunkrat hat die Intendantin zudem gebeten, in die Kostenaufschlüsselung den aktuellen finanziellen Aufwand für alle KiKA Telemedienangebote zu integrieren, um die zu erwartenden Steigerungen besser beurteilen zu können. Eine entsprechende Übersicht wurde dem MDR-Rundfunkrat vorgelegt.

Auf die Frage des MDR-Rundfunkrats, inwiefern der geplante Mehraufwand für KiKA Telemedien mit einer Verschiebung aus dem linearen Bereich bzw. mit programmlichen Kürzungen einhergehe, informiert die Intendantin mit Schreiben vom 12.04.16, dass für die laufende Beitragsperiode sowie die Beitragsperiode ab 2017 keine über die üblichen Bestandsfortschreibungen hinausgehenden Mittel angemeldet wurden. Insofern seien zusätzliche Investitionen aus dem Bestand zu finanzieren. Allerdings handele es sich bei dem finanziellen Aufwand der KiKA Telemedien um kalkulatorische Kosten, die sich durch die gesamte KiKA-Organisation zögen. Eine zunehmend crossmediale Arbeitsweise und sich ändernde Tätigkeitsprofile führten dazu, dass anteilig mehr Telemedienkosten außerhalb der Online-Redaktion anfielen. Bei etwa 25% des beantragten Gesamtbudgets handele es sich um zusätzliche Honoraraufwendungen sowie Steigerungen von Sachkosten und Fremdleistungen, die über eine Mittelumwidmung zu finanzieren seien. Diese müsse im Rahmen der Wirtschaftsplanung erarbeitet werden. Für die kommende Wirtschaftsplanung gehe der KiKA infolge erwartbarer Synergien nicht von nennenswerten programmlichen Kürzungen aus.¹⁸³

d) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Nach Ansicht der GVK und des ZDF-Fernsehrats liegen keine Anhaltspunkte für eine finanzielle Überkompensation des Angebots vor. Der ZDF-Fernsehrat bewertet den dargelegten finanziellen Aufwand für das Telemedienangebot als angemessen. Angesichts der steigenden orts- und zeitsouveränen Mediennutzung insbesondere der jungen Zielgruppe sowie der Bedeutung eines qualitativ hochwertigen Telemedienangebots für Kinder erscheine der finanzielle Aufwand nicht unverhältnismäßig.

e) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Der Rundfunkrat trägt wesentlich die Verantwortung für einen effektiven, auftragskonformen Mitteleinsatz.¹⁸⁴ Das Drei-Stufen-Test-Verfahren soll sicherstellen, dass die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote mit dem europäischen Beihilferecht vereinbar ist. Hierzu ist neben einer genauen Auftragsdefinition auch die Verhinderung einer Überkompensation erforderlich, also einer Finanzierung über ein

¹⁸³ Vgl. Antwort der Intendantin auf Nachfragen des Rundfunkrats vom 12.04.16.

¹⁸⁴ Vgl. Begründung zum Zwölften Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge.

zur Erfüllung des festgelegten öffentlichen Zwecks hinausgehendes Maß. Der Rundfunkrat hat den im Telemedienkonzept genannten finanziellen Aufwand daher hinsichtlich Plausibilität und Nachvollziehbarkeit zu überprüfen. In Bezug auf die Angebotsbeschreibung ergibt sich weder aus dem RStV noch aus der Beihilfeentscheidung der Kommission die Pflicht einer Kostenaufschlüsselung über die Angabe einer Gesamtsumme hinaus.

Der Rundfunkrat hat keine Abwägung zwischen Kosten und publizistischem Beitrag vorzunehmen. Die Entscheidung zum Beihilfekompromiss sieht nur die Überprüfung vor, ob der Aufwand für die Erbringung des Angebots vorgesehen ist. Der Wortlaut des § 11f Abs. 4 Ziff. 3 entspricht exakt dieser Anforderung. Ein Abwägungsgebot ist diesem Wortlaut nicht zu entnehmen.

Der MDR-Rundfunkrat hat die Beurteilung des finanziellen Aufwands auf Basis einer detaillierten Kostenaufschlüsselung mit Angaben zu den verschiedenen Kostenfaktoren und einer detaillierten Erläuterung und Begründung der jeweils geplanten Aufwandssteigerungen vorgenommen. **Der geplante finanzielle Aufwand ist angesichts der zunehmenden Bedeutung eines zeit- und ortssouverän verfügbaren, qualitativ hochwertigen, zielgruppenadäquaten Telemedienangebots nicht unverhältnismäßig.** Der finanzielle Mehrbedarf ist angesichts der geplanten funktionalen und inhaltlichen Vertiefung und Erweiterung des Telemedienangebots KiKA Telemedien nach Ansicht des MDR-Rundfunkrats sowie der mitberatenden Gremien plausibel und nachvollziehbar. Der MDR-Rundfunkrat erwartet, dass der KiKA bei der zunehmenden bimedialen Ausrichtung des Angebots mögliche Synergien konsequent nutzt.

Zur Verbesserung der Kostentransparenz ist der MDR-Rundfunkrat zukünftig über die Verteilung des finanziellen Aufwands auf die verschiedenen (Produkt-)Bereiche der KiKA Telemedien regelmäßig zu informieren.

Ergebnis Stufe 3:

Der MDR-Rundfunkrat stellt keine Anzeichen für eine Überkompensierung der vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfassten Aufgaben fest. Der geplante finanzielle Aufwand ist für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags erforderlich.

4 Gesamtabwägung

Der MDR-Rundfunkrat hat im Rahmen des ihm zustehenden Beurteilungsspielraums nach Abwägung aller maßgeblichen Belange festgestellt, dass das im Telemedienkonzept beschriebene Angebot vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst ist.

Der MDR-Rundfunkrat hat dabei die Kriterien des § 11f Abs. 4 Ziff. 1 bis 3 mit positivem Ergebnis geprüft:

- (1) **Das Angebot entspricht demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft.** Das Telemedienkonzept verstößt gegen keine Ge- oder Verbote des RStV. Der MDR-Rundfunkrat stellt ein Bedürfnis nach einem zielgruppengerechten und ansprechenden Onlineangebot für Kinder fest, das speziell auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausgerichtet ist und die Aneignung notwendiger Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medien unterstützt. Die Weiterentwicklung von KiKA Telemedien zu einem zeitgemäßen, den Bedürfnissen der Nutzer und den Möglichkeiten des Mediums entsprechenden und über unterschiedliche Verbreitungskanäle zugänglichen Angebot ist zwingend erforderlich, um die Zielgruppe auch zukünftig erreichen zu können. Das Angebot KiKA Telemedien ist geeignet, Orientierungshilfe zu leisten, fördert die Teilhabe Aller an der Informationsgesellschaft und trägt auf vielfältige Weise zur Vermittlung von Medienkompetenz bei. Auch personalisierte Angebote, Inhalte auf Drittplattformen und App-Angebote sind grundsätzlich vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst. Sie tragen dazu bei, eine ausreichende Akzeptanz von KiKA Telemedien auch in Zukunft zu gewährleisten und Nutzer anzusprechen, die anderweitig von den Inhalten des KiKA nicht erreicht werden können. Ein bestmöglicher Schutz der Nutzer ist hierbei sicherzustellen. Bei der Ausgestaltung personalisierter Angebote ist zudem darauf zu achten, dass die inhaltliche Breite an gesellschaftlich relevanten Inhalten des KiKA erhalten bleibt, so dass KiKA Telemedien auch in Zukunft ein Forum für die öffentliche Meinungsbildung darstellen.
- (2) **Das Angebot leistet einen positiven Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht und trägt zur Meinungsbildung bei.** Die zu erwartenden marktlichen Auswirkungen auf private Wettbewerber durch eine Weiterentwicklung von KiKA Telemedien und Anpassung des Verweildauerkonzepts sind insgesamt als geringfügig und nicht gravierend zu bewerten. Das Verweildauerkonzept ist publizistisch begründet und nachvollziehbar. Eine längere Verweildauer trägt nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats dem öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrag Rechnung. Der MDR-Rundfunkrat begrüßt auch die Ankündigung, die Verweildauermöglichkeiten bestmöglich auszuschöpfen. Eine Harmonisierung der bisher unterschiedlichen Verweildauerregelungen der KiKA-Angebote wird befürwortet, allerdings sieht der MDR-Rundfunkrat hier auch innerhalb der ARD noch weiteren Harmonisierungs- und Handlungsbedarf. Das zusätzlich vom MDR-Rundfunkrat in Auftrag gegebene „Gutachten im Rahmen des Drei-Stufen-Tests zum qualitativen Beitrag von ‚KiKA-Telemedien‘ zum publizistischen Wettbewerb“ kommt zu dem Ergebnis, dass KiKA Telemedien bei Umsetzung in der beschriebenen Qualität „einen wichtigen Beitrag zur Vielfaltssicherung“ leisten. Insgesamt sind KiKA Telemedien nach Überzeugung des MDR-Rundfunkrats ein qualitativvolles Ange-

bot und auf Basis der untersuchten Qualitätsmerkmale geeignet, die mit dem Telemedienkonzept verbundenen Ziele zu erreichen. Der KiKA will mit seinem Angebot als verbindende Instanz zwischen den einzelnen Nutzern und der Gesellschaft agieren und Orientierung bei der Suche nach verlässlichen Informationen bieten. Zudem will der KiKA die soziale, emotionale und kognitive Entwicklung seiner Nutzer fördern und implizit Werte vermitteln. Außerdem soll das Angebot Medienkompetenz fördern und einen geschützten Raum für Kinder bieten. Zur Überzeugung des MDR-Rundfunkrats steht fest, dass das Telemedienangebot KiKA Telemedien durch seine Themenbreite, -tiefe und -vielfalt, die kindgerechte Behandlung aktueller gesellschaftlicher, politischer und sensibler Themen, seine pädagogische Ausrichtung und die umfassende Förderung von Medienkompetenz einen wesentlichen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht leistet. Das Angebot KiKA Telemedien ist meinungsbildend, indem es durch Inhalte nahe an der Lebenswirklichkeit der Nutzer dazu beiträgt, Kinder zu vielseitig interessierten, urteils- und kritikfähigen Bürgern der Gesellschaft zu erziehen, die ein Verständnis auch für andere Völker, Religionen oder Kulturen aufbringen.

- (3) **Der finanzielle Aufwand ist für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags erforderlich.** Der MDR-Rundfunkrat stellt keine Anzeichen für eine Überkompensierung der vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfassten Aufgaben fest. Der finanzielle Mehrbedarf ist angesichts der geplanten funktionalen und inhaltlichen Vertiefung und Erweiterung des Telemedienangebots plausibel und nachvollziehbar. Angesichts der zunehmenden Bedeutung eines zeit- und ortssouverän verfügbaren, qualitativ hochwertigen, zielgruppenadäquaten Telemedienangebots ist der finanzielle Aufwand nicht unverhältnismäßig.