

**5. Sitzung des Fernsehrates
in der XIII. Amtsperiode am 26. Juni 2009**

hier: Drei-Stufen-Test

a) KI.KAplus

b) www.kikaninchen.de

Der Fernsehrat beschließt:

Zu a)

Der Fernsehrat nimmt das Telemedienkonzept des MDR zur Einführung von KI.KAplus im Rahmen des Drei-Stufen-Testverfahrens zustimmend zur Kenntnis und stellt fest, dass das beschriebene Angebot vom gesetzlichen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst ist.

Zu b)

Der Fernsehrat nimmt das Telemedienkonzept des MDR zur Einführung von www.kikaninchen.de im Rahmen des Drei-Stufen-Tests zustimmend zur Kenntnis und stellt fest, dass das beschriebene Angebot vom gesetzlichen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst ist.

Begründung:

1. Die Angebote tragen den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft Rechnung. Gegenüber den bereits vorhandenen Angeboten stellen sie eine Bereicherung mit Lehr- und Lerninhalten dar und können dazu beitragen, die Medienkompetenz der Kinder unterschiedlicher Altersgruppen sowie den Spracherwerb von Kindern, insbesondere mit Migrationshintergrund, zu fördern.

Durch die Online-Bereitstellung von Fernsehinhalten (KI.KAplus) wird dem Bedürfnis von Eltern und Kindern nach zeitsouveränem Abruf im Internet entsprochen. Bei www.kikaninchen.de ist eine Imitation von vorhandenen kommerziellen Angeboten nicht erkennbar. Es handelt sich vielmehr um die Fortsetzung der „Vorschulwelt“, die durch www.kikaninchen.de begleitet werden soll.

2. Unter Berücksichtigung der marktlichen Auswirkungen, der meinungsbildenden Funktion sowie der für die jeweiligen Angebote vorgesehenen Verweildauer tragen KI.KAplus und www.kikaninchen.de in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei.

Als wichtiges Qualitätskriterium ist die Werbefreiheit zu sehen. Im Interesse der Entwicklung der Kinder ist es dringend geboten, im Wettbewerb der Medienangebote einen werbefreien Raum zu sichern. Mangels Regulierung sind Kinder im Online-Bereich der Werbung in besonderer Weise ausgeliefert.

Die Angebote tragen durch ihre unbestritten hohen Qualitätsstandards positiv zum **publizistischen Wettbewerb** bei, weil sie private Anbieter veranlassen werden, die Standards ihrer Angebote zu erhöhen. Dies wird sich im Interesse der Nutzer positiv auf die Qualität des Gesamtangebots auswirken.

Die vorgeschlagenen **Verweildauer**-Zeiträume werden grundsätzlich als sinnvoll erachtet. Sie entsprechen den Bedürfnissen und Gewohnheiten der Kinder und Eltern im Umgang mit Medien und erscheinen insofern im Sinn einer altersgerechten Vermittlung von Programminhalten angemessen. Der MDR-Rundfunkrat wird gleichwohl gebeten,

die Begründung für die Notwendigkeit der vorgesehenen Verweildauer von 24 Monaten zu präzisieren und zu vertiefen.

Die **marktlichen Auswirkungen** der geplanten Angebote sind in dem vorgelegten ökonomischen Gutachten nachvollziehbar dargestellt, wobei empfohlen wird, auch werbefreie PayTV-Angebote einzubeziehen. Die marktlichen Auswirkungen sind mit den publizistischen Kriterien abzuwägen. Mit Blick auf das Interesse der Produzenten an einer DVD-Verwertung erscheinen die Verweildauer-Zeiträume vertretbar, weil es sich bei Online-Abruf (ohne Downloadmöglichkeit) und DVD-Vertrieb um unterschiedliche Märkte handelt. Der MDR-Rundfunkrat wird gleichwohl gebeten,

sich der Frage der DVD-Verwertung im Rahmen der Abwägung von marktlichen und publizistischen Aspekten noch einmal anzunehmen.

3. Der vom MDR dargelegte **finanzielle Aufwand** für die geplanten Telemedienangebote wird als angemessen bewertet. Eine detailliertere Kostenkalkulation wird vom Rundfunkänderungsstaatsvertrag nicht gefordert. Der Fernsehrat hat keinen Anlass, an einem effektiven, auftragskonformen Einsatz der für die Angebote veranschlagten Mittel zu zweifeln. Die Gefahr einer Überkompensation der vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfassten Aufgaben ist nicht gegeben.