

**Beschluss über die Genehmigung  
des neuen Angebots  
[www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de)**

**Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks**

Wörlitz, 21. September 2009

## **Inhalt**

<b>I</b>	<b>ENTSCHEIDUNG</b> .....	<b>3</b>
<b>II</b>	<b>BEGRÜNDUNG</b> .....	<b>5</b>
<b>1</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Aufbau der Entscheidungsbegründung</b> .....	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Verfahren</b> .....	<b>8</b>
3.1	<b>Rechtlicher Rahmen</b> .....	<b>8</b>
3.2	<b>Federführungsprinzip</b> .....	<b>8</b>
3.3	<b>Organisation des Verfahrens</b> .....	<b>9</b>
3.4	<b>Verlauf des Verfahrens</b> .....	<b>9</b>
3.4.1	Einleitung des Genehmigungsverfahrens .....	9
3.4.2	Veröffentlichung des Vorhabens .....	10
3.4.3	Stellungnahmen Dritter .....	10
3.4.4	Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen .....	11
3.4.5	Kommentierung durch den Intendanten .....	12
3.4.6	Mitberatung in den Gremien der ARD und des ZDF .....	13
3.4.7	Weitere Sachverhaltsermittlung .....	13
3.4.8	Beratungen des Rundfunkrats .....	14
<b>4</b>	<b>Darstellung des zu prüfenden Angebots</b> .....	<b>15</b>
4.1	<b>Zielgruppe</b> .....	<b>15</b>
4.2	<b>Inhalt und Ausrichtung</b> .....	<b>15</b>
4.3	<b>Verweildauer</b> .....	<b>16</b>
4.4	<b>Zeitraum, innerhalb dessen das Angebot stattfinden soll</b> .....	<b>16</b>
<b>5</b>	<b>Allgemeine Genehmigungsvoraussetzungen</b> .....	<b>17</b>
5.1	<b>Vorliegen eines neuen oder veränderten Angebots</b> .....	<b>17</b>
5.2	<b>Angebot ist noch nicht gesetzlich beauftragt</b> .....	<b>17</b>
5.3	<b>Zulässigkeitsvoraussetzungen</b> .....	<b>17</b>
<b>6</b>	<b>Genehmigungsvoraussetzungen gemäß § 11f Abs. 4</b> .....	<b>21</b>
6.1	<b>Das Angebot entspricht demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft</b> .....	<b>21</b>
6.2	<b>Positiver Beitrag des Angebots in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb</b> .....	<b>28</b>
6.2.1	Quantität und Qualität vorhandener frei zugänglicher Angebote .....	28
6.2.2	Qualität des geplanten Angebots und meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote .....	35
6.2.3	Verweildauerkonzept des geplanten Angebots .....	43
6.2.4	Marktliche Auswirkungen des geplanten Angebots .....	47
6.2.5	Abwägung zwischen publizistischem Beitrag und marktlichen Auswirkungen ...	54
6.3	<b>Erforderlichkeit des finanziellen Aufwands</b> .....	<b>56</b>
6.4	<b>Gesamtabwägung und Entscheidung</b> .....	<b>60</b>
<b>III</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>63</b>
<b>IV</b>	<b>Anlagen</b> .....	<b>67</b>



## I ENTSCHEIDUNG

Der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks stellt fest, dass das Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) mit folgenden Änderungen den Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags („RStV“) entspricht und vom Auftrag umfasst ist:

1. Die Verweildauer wird gemäß § 11d Abs. 2 Nr. 3 RStV abweichend vom geplanten Verweildauerkonzept wie folgt festgelegt:
  - Nicht angekaufte Fernsehfilme und Spielfilme: bis 3 Monate,
  - Serielle Angebote / Fernsehserien oder –reihen bzw. Mehrteiler: bis 6 Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge<sup>1</sup>,
  - Aktuelle Sendungen / Nachrichten: bis 7 Tage,
  - Nutzergenerierte Inhalte / user-generated-content: entsprechend der Verweildauer des redaktionell veranlassten Inhalts, bei Communities bis 24 Monate,
  - Onlinespezifische Darstellungsformen: entsprechend der Verweildauer des redaktionell veranlassten Inhalts, ansonsten bis 24 Monate.Alle weiteren Kategorien bleiben unberührt.
2. Der finanzielle Aufwand wird für die Jahre 2009 bis 2011 jeweils maximal wie folgt festgesetzt: für 2009 mit 352.000 €, für 2010 mit 251.460 € und für 2011 mit 253.990 €. Wird der finanzielle Aufwand überschritten, ist dieser dem Rundfunkrat mit Blick auf die marktlichen Auswirkungen und seine Verantwortung für einen effektiven und auftragskonformen Mitteleinsatz vor Beginn der Maßnahmen, welche den Mehraufwand verursachen, erneut zur Prüfung vorzulegen.
3. Im Sinne einer kontinuierlichen Qualitätssicherung muss der Sendungsbezug des Spieleangebots stets erhalten bleiben.

Darüber hinaus spricht der Rundfunkrat folgende Empfehlungen hinsichtlich der Ziele des Angebots aus:

- Das Angebot soll alle Bildungsbereiche berücksichtigen.
- Eine enge Bindung an das lineare Vorschulprogramm soll sichergestellt werden.
- Das Telemedienangebot soll eine hinreichende Anregung zu Beschäftigungen abseits des Computers bieten.
- Das Telemedienangebot, das gemäß Angebotsbeschreibung entsprechend der Anforderungen der „Barrierefreie Informationstechnik Verordnung“ gestaltet sein wird, soll hierbei den besonderen Bedürfnissen von Kindern Rechnung tragen.
- Das Telemedienangebot will laut Angebotsbeschreibung die sprachlichen Fähigkeiten von allen Kindern, auch von Kindern mit Migrationshintergrund, fördern. Das Angebot sollte hierbei mangelnde Deutschkenntnisse der Eltern mit Migrationshintergrund berücksichtigen.

Der Rundfunkrat wird das Telemedienangebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) im Rahmen seiner Aufgaben aus dem MDR-Staatsvertrag weiter beobachten und eine Evaluierung des Angebots nach drei Jahren vornehmen.

---

<sup>1</sup> Die im ursprünglichen Verweildauerkonzept genannte Frist darf hierbei nicht überschritten werden.



## II BEGRÜNDUNG

### 1 Zusammenfassung

#### **Die allgemeinen Genehmigungsvoraussetzungen liegen vor.**

Der Rundfunkrat des MDR kommt auf Basis der Angebotsbeschreibung und der konkretisierenden Ausführungen des Intendanten zu dem Ergebnis, dass die allgemeinen Voraussetzungen für eine Genehmigung von [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) vorliegen und es keine Anzeichen für Verstöße gegen Verbote des RStV gibt. Es handelt sich nicht um ein presseähnliches Angebot.

#### **Das Angebot entspricht demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft.**

In den letzten Jahren hat nicht nur eine grundlegende Veränderung der technischen Ausstattung der Haushalte mit Kindern stattgefunden. Auf Grund der häuslichen Mediensozialisation nutzen bereits Kinder im Vorschulalter das Internet zunehmend aktiv. Knapp jedes fünfte Kind im Vorschul- oder Grundschulalter nutzt bereits das Internet. Prognosen zufolge dürfte dieser Anteil weiter steigen. Der Rundfunkrat ist angesichts dieser wachsenden Nutzungstendenz der Auffassung, dass es ein gesellschaftliches Bedürfnis nach einem Internetangebot gibt, das speziell auf die Fertigkeiten von kindlichen Internetanfängern zugeschnitten ist. Vorschulkinder sollten auch im Internet geeignete Inhalte finden, die ihrem Alter entsprechen, die sie mit den technischen Besonderheiten des Mediums vertraut machen, die zu einem kritischen Umgang mit den eigenen Daten, mit Inhalten und Quellen aus dem Internet erziehen und so einen Beitrag zur Medienkompetenz leisten. Gesellschaftlich wünschenswert sind auch Angebote, die Orientierung im weitgehend unstrukturierten und insbesondere für Internetanfänger unübersichtlichen Internet bieten. Diese Angebote sollten keine Nutzergruppe ausschließen, sei es auf Grund besonderer physischer Gegebenheiten oder aus sozialen bzw. finanziellen Gründen. Nach Ansicht des Rundfunkrats erfüllt das geplante Angebot diese Anforderungen.

#### **Das Angebot leistet einen positiven Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht.**

In der Summe seiner Qualitätsmerkmale ergänzt und erweitert das geplante Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) den vorhandenen publizistischen Wettbewerb. Bislang gibt es in der geplanten Form noch kein barrierefreies Angebot, das sich ausschließlich an Vorschüler richtet und auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten ist, das ein breites Spektrum an Inhalten und Nutzungsformen bündelt, von Vorschülern weitgehend selbstständig genutzt werden kann, Medienkompetenz vermittelt, die sprachlichen Fähigkeiten verbessert und zur Kommunikation zwischen Eltern und Kind sowie zu Aktivitäten abseits des Computers anregt. Der Rundfunkrat geht davon aus, dass eine längere Verweildauer bei Kinderangeboten aus medienpädagogischer Sicht zwar grundsätzlich gerechtfertigt ist, erachtet die geplanten Verweildauerkategorien zum Teil aber als nicht hinreichend begründet. Die begrenzten kurz- bis mittelfristigen Auswirkungen auf private Wettbewerber sind nicht existenzgefährdend und werden durch die vom Rundfunkrat formulierten Änderungen weiter abgeschwächt. Es kann davon ausgegangen werden, dass der publizistische Wettbewerb durch das geplante Angebot bereichert wird, da die Zahl der Angebote zunimmt und private Anbieter angesichts der neuen publizistischen Konkurrenz ihre Angebote qualitativ verbessern werden. Es steht daher zur Überzeugung des Rundfunkrates fest, dass

der Beitrag des geplanten Angebots [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) zum publizistischen Wettbewerb die marktlichen Auswirkungen auf private Wettbewerber überwiegt.

**Der finanzielle Aufwand ist für das Angebot erforderlich.**

Der Rundfunkrat sieht keine Anzeichen für eine Überkompensierung durch die für die Umsetzung des Angebots vorgesehenen finanziellen Mittel.

## 2 Aufbau der Entscheidungsbegründung

Zunächst wird die Ausgangslage des zu prüfenden Angebots dargestellt. Der rechtliche Rahmen zur Durchführung des Genehmigungsverfahrens, die Organisation des Prüfverfahrens beim Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks und der Ablauf des Verfahrens werden erläutert.

Anschließend wird das zu prüfende Angebot hinsichtlich Zielgruppe, Inhalt und Ausrichtung sowie geplanter Verweildauer kurz skizziert.

Bei der folgenden Prüfung des geplanten Angebots werden erst die allgemeinen Genehmigungsvoraussetzungen beurteilt. Anschließend erfolgt eine Prüfung des Angebots gemäß §11f Abs. 4 RStV<sup>2</sup> (die sogenannten drei Stufen). Zu jedem Prüfungsaspekt werden dabei die im Rahmen des Drei-Stufen-Tests eingebrachten Positionen der Verfahrensbeteiligten bzw. Dritter zusammengefasst: Aussagen der Angebotsbeschreibung, Stellungnahmen Dritter, Ergebnisse des marktlichen Gutachtens, Kommentierung des Intendanten, Empfehlungen der mitberatenden Gremien und gegebenenfalls zusätzlich ermittelte Informationen. Im Anschluss daran wird das Ergebnis der Beratungen des MDR-Rundfunkrats unter Berücksichtigung der von verschiedenen Seiten eingebrachten Argumente, Hinweise und Ergebnisse dargelegt.

Unter Abwägung aller drei Stufen entscheidet der Rundfunkrat abschließend über die Genehmigung des neuen Angebots [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de).

---

<sup>2</sup> Paragraphen ohne Quellenangabe sind im Folgenden solche des Zwölften Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 01.06.09.



## **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 geplante Angebot vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst ist.

Diese Vorgaben werden in § 11f des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages, der am 1. Juni 2009 in Kraft getreten ist, 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.

Der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks leitete am 01.12.08 noch vor Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags ein Genehmigungsverfahren zu [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) ein. Bei dem Drei-Stufen-Test zu [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) handelt es sich somit um ein vorgezogenes, freiwilliges Verfahren. Damit folgt der Mitteldeutsche Rundfunk einer Selbstverpflichtung der öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten gegenüber den Ländern.

Die materiell-rechtlichen Voraussetzungen für eine vorgezogene Durchführung des Verfahrens lagen vor: Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde am 18.12.08 von den Ministerpräsidenten unterzeichnet und ist seit dem 01.06.09 in Kraft. Die Gremienvorsitzendenkonferenz der ARD (GVK) verabschiedete am 25.11.08 das „ARD-Genehmigungsverfahren für neue oder veränderte Gemeinschaftsangebote von Telemedien“ (kurz: ARD-Genehmigungsverfahren), welches die Bestimmungen des 12. RÄStV zur Durchführung des Drei-Stufen-Tests weiterführend regelt.

### **3.2 Federführungsprinzip**

Der Kinderkanal KI.KA ist ein ARD/ZDF-Gemeinschaftsangebot. Der Mitteldeutsche Rundfunk verantwortet das Angebot federführend. Das Federführungsprinzip gilt auch bei der Durchführung des Drei-Stufen-Tests, d.h. für die Genehmigung eines neuen Telemedienangebotes des KI.KA ist der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks federführend verantwortlich. Das ARD-Genehmigungsverfahren regelt, wie die Gremien der Mitveranstalter des Kinderkanals in den Drei-Stufen-Test einzu beziehen sind.

### **3.3 Organisation des Verfahrens**

Für die Durchführung des Verfahrens beschloss der Rundfunkrat am 27.10.08 die Gründung einer Projektgruppe Drei-Stufen-Test. Der Projektgruppe wurden im Rahmen der Drei-Stufen-Tests entscheidungsvorbereitende Aufgaben zugewiesen. Die Projektgruppe setzt sich aus dem Rundfunkratsvorsitzenden und seinen beiden Stellvertretern, den acht Mitgliedern der AG Online sowie fünf weiteren Vertretern der Landesgruppen und Ausschüsse des Rundfunkrats zusammen. Die Leitung der Projektgruppe übernahm die Vorsitzende der AG Online Professor Dr. Gabriele Schade. Die Projektgruppe tagt je nach Bedarf ca. einmal monatlich und dokumentiert die Beratungen in Ergebnisprotokollen. Vertreter der Operative des MDR sind bei den Sitzungen der Projektgruppe außer auf gesonderte Einladung zu bestimmten Tagesordnungspunkten nicht anwesend. Die Leiterin der Projektgruppe berichtet in den Sitzungen des Rundfunkrats regelmäßig über den aktuellen Stand des Verfahrens und die Auswertungsergebnisse der Projektgruppe.

Ausweislich des Protokolls der Rundfunkratssitzung vom 01.12.08 werden dem Rundfunkrat über einen Nachtragshaushalt alle für die Durchführung der Drei-Stufen-Tests notwendigen Mittel zur Verfügung gestellt. Zudem beschloss der Rundfunkrat die Schaffung einer zunächst zeitlich befristeten Stelle, die ausschließlich dem Rundfunkratsvorsitzenden fachlich und disziplinarisch unterstellt ist. Die Bewerberauswahl erfolgte in Abstimmung mit dem Rundfunkratsvorsitzenden durch Mitglieder der Projektgruppe ohne Beteiligung der Operative des MDR.

Die im Laufe des Verfahrens eingegangenen Unterlagen sowie die Auswertungen dieser Unterlagen sind elektronisch über einen sogenannten Sharepoint verfügbar, auf den ausschließlich die Mitglieder des Rundfunkrats Zugriff haben. Alle Rundfunkratsmitglieder haben eine Vertraulichkeitserklärung zur Wahrung von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen unterzeichnet. Im Rahmen der Stellungnahmen Dritter zugegangene Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse Dritter sind gesondert und für Vertreter der MDR-Operative unzugänglich und nicht elektronisch aufzubewahren.

Die vorliegende Entscheidungsbegründung wurde von der Projektgruppe Drei-Stufen-Test unter der Leitung von Professor Dr. Gabriele Schade und mit Unterstützung der Referentin des Rundfunkrates Antje Walther vorberaten und verfasst. Juristisch begleitet wurde die Projektgruppe hierbei durch den Rechtsanwalt Johann Brück (Kanzlei Hermanns & Brück, Meerbusch). Vertreter der Operative des MDR waren an der Erstellung dieser Vorlage nicht beteiligt.

### **3.4 Verlauf des Verfahrens**

#### **3.4.1 Einleitung des Genehmigungsverfahrens**

Die jeweilige Rundfunkanstalt hat dem zuständigen Gremium gemäß § 11f Abs. 4 darzulegen, dass das geplante Angebot vom Auftrag umfasst ist. Dafür ist das Angebot entsprechend der Anforderungen des § 11f Abs. 1 zu beschreiben. Es sind mindestens Aussagen zur Zielgruppe, zu den geplanten Inhalten und der Ausrichtung des Angebots sowie zur geplanten Verweildauer zu treffen. Darüber hinaus ist darzustellen, inwieweit das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht, in welchem Umfang das Angebot in qualitati-

ver Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt, welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist.

Der Intendant legte dem Rundfunkrat am 01.12.2008 eine Angebotsbeschreibung mit oben genannten Inhalten vor. Darüber hinaus wurde dem Rundfunkrat eine Genehmigungsvorlage mit einer weiteren Aufschlüsselung der zu erwartenden Kosten übermittelt.

Auf Grundlage dieser Angebotsbeschreibung beschloss der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks am 01.12.08 die Einleitung eines Drei-Stufen-Tests für das neue Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) des ARD-/ZDF-Kinderkanals. Der Rundfunkrat setzte die Frist zur Stellungnahme Dritter auf die in § 11f Abs. 5 gesetzlich vorgesehene Mindestfrist von sechs Wochen fest.

### **3.4.2 Veröffentlichung des Vorhabens**

Die Beschreibung des geplanten Angebots [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) wurde gemäß Art. II Abs. 2 des ARD-Genehmigungsverfahrens am 02.12.08 auf der Internetseite des Rundfunkrats ([www.mdr-rundfunkrat.de](http://www.mdr-rundfunkrat.de)) veröffentlicht.

### **3.4.3 Stellungnahmen Dritter**

Dritte wurden auf der Internetseite des Rundfunkrats sowie durch eine parallel veröffentlichte Pressemitteilung am 02.12.08 zur Stellungnahme zu [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) aufgefordert. In der Aufforderung zur Stellungnahme wurde auch auf die Möglichkeit hingewiesen, Stellungnahmen direkt bei dem marktlichen Gutachter einzureichen. Diese Option wurde von keinem Wettbewerber genutzt.

Die sechswöchige Frist zur Stellungnahme begann am 02.12.08 und endete am 14.01.09. Fristgerecht gingen dem MDR-Rundfunkrat am 14.01.09 Stellungnahmen folgender Unternehmen bzw. Verbände zu:

- Mediengruppe RTL Deutschland,
- MTV Networks Germany GmbH,
- Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT),
- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV),
- Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ).

Ferner ging am 09.07.09 eine Stellungnahme der UNICEF Stiftung beim Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks ein. Da diese Stellungnahme keine Hinweise auf marktliche Auswirkungen enthält, die im Marktgutachten entsprechend zu würdigen gewesen wären, wurde diese Stellungnahme ausnahmsweise auch außerhalb der gesetzten Frist bei der weiteren Beratung berücksichtigt.

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

Der Rundfunkratsvorsitzende leitete die fristgerecht eingegangenen Stellungnahmen Dritter gemäß Ziff. II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren am 21.01.09 an den Intendanten des Mitteldeutschen Rundfunks zur Kommentierung und am 26.01.09 an die ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) zur Mitberatung weiter. Die Stellungnahmen wurden auch dem ZDF-Fernsehrat sowie dem Programmbeirat Erstes Deut-

sches Fernsehen zugänglich gemacht. Den marktlichen Gutachtern wurden die Stellungnahmen ebenfalls zur Verfügung gestellt.

Die Stellungnahmen werden ausführlich in den Kapiteln 5 und 6 diskutiert. Vorab soll aber auf die Anmerkungen Dritter zum Verfahren selbst eingegangen werden.

RTL begrüßt einerseits die freiwillige Durchführung des Drei-Stufen-Tests, betont aber gleichzeitig, dass die im Rundfunkänderungsstaatsvertrag vorgesehenen Prüfregeln einzuhalten seien. Dahingegen verweisen VPRT und BDZV auf die fehlende Rechtsgrundlage. Der BDZV fordert gar ein Aussetzen des Verfahrens bis zum Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages. Der BDZV und der VDZ sprechen von einem mangelhaften Verfahren, das den europarechtlichen Anforderungen nicht gerecht werde. Die Frist zur Stellungnahme sei auf Grund der Weihnachtsfeiertage zu kurz gewesen (MTV, VPRT, BDZV, VDZ). Das Vorhaben sei außerdem nicht hinreichend bekannt gemacht worden (RTL, VPRT, BDZV, VDZ).

Aus Sicht des Rundfunkrates lagen bei Verfahrensbeginn **alle materiell-rechtlichen Voraussetzungen** zur Durchführung des Verfahrens vor.<sup>3</sup> Bei der Verfahrensdurchführung hat sich der Rundfunkrat strikt an den Bestimmungen des Rundfunkänderungsstaatsvertrags orientiert, so dass alle im Rahmen des Beihilfekompromisses gemachten Zusagen sowie die in der Rundfunkmitteilung der Europäischen Kommission genannten Anforderungen erfüllt werden. Bei diesem ersten Drei-Stufen-Test wurde die **gesetzliche Mindestfrist zur Stellungnahme Dritter** eingehalten. Für zukünftige Verfahren hat der MDR-Rundfunkrat beschlossen, Ferienzeiten und Feiertage bei der Fristsetzung stärker zu berücksichtigen.<sup>4</sup> Zur Bekanntmachung des Vorhabens sieht der RÄStV eine Veröffentlichung der Angebotsbeschreibung in geeigneter Weise, insbesondere im Internet, vor. Darüber hinaus hat der MDR-Rundfunkrat zum Start des Drei-Stufen-Tests auch eine Pressemeldung herausgegeben, um den Verfahrensbeginn hinlänglich bekannt zu machen. Aus der Tatsache, dass mehrere Stellungnahmen beim MDR-Rundfunkrat eingegangen sind, kann geschlossen werden, dass der vorgezogene **Start dieses Verfahrens hinreichend zur Kenntnis genommen** werden konnte. Zum Zeitpunkt dieses Beschlusses war der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Kraft getreten.

#### 3.4.4 Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen

Bei der Prüfung der sogenannten 2. Stufe sind gemäß RStV u. a. die marktlichen Auswirkungen des bestehenden Angebots zu berücksichtigen. Hierzu ist vom zuständigen Aufsichtsgremium, hier dem Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks, gutachterliche Beratung hinzuzuziehen.

Für die Auswahl eines geeigneten Sachverständigen beschloss der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks am 27.10.08 die Einleitung eines nichtförmlichen Interessenbekundungsverfahrens. Eine Aufforderung zur Interessenbekundung wurde im Zeitraum vom 30.10. bis 15.11.08 auf der Internetseite des MDR-Rundfunkrats veröffentlicht und enthielt neben einer Beschreibung der zu erbringenden Leistungen auch

---

<sup>3</sup> Vgl. Kapitel 3.1.

<sup>4</sup> So betrug die Frist für die Prüfung des KI.KA-Telemedienbestands acht Wochen, für die Prüfung des MDR-Telemedienbestands zehn Wochen.

die Auswahlkriterien, die der Entscheidung für einen Gutachter zugrunde gelegt wurden. Parallel wies eine Pressemitteilung auf die Gutachtersuche hin.

Der Rundfunkrat übertrug am 01.12.08 die Gutachterausswahl der Projektgruppe. Von den zwölf eingegangenen Interessenbekundungen wurden neun Bewerber gebeten, sich der Projektgruppe persönlich vorzustellen. Jedes Projektgruppenmitglied bewertete die Bewerber anhand der in der Aufforderung zur Interessenbekundung genannten Kriterien. Das Unternehmen European Economic & Marketing Consultants GmbH (EE&MC) erzielte das beste Gesamtergebnis. Der MDR-Rundfunkrat beauftragte dieses Unternehmen unter der Projektleitung von Dr. Dr. Doris Hildebrand und Dr. Ulf Böge am 08.12.08 mit der Erarbeitung eines Gutachtens zu den marktlichen Auswirkungen von [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de). Der MDR-Rundfunkrat gab den Namen des Gutachters gemäß § 11f Abs. 5 am 09.12.08 in einer Pressemitteilung sowie auf der Internetseite des MDR-Rundfunkrats bekannt.

Das Gutachten „Prüfung der marktrelevanten Auswirkungen bei [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de)“ wurde dem MDR-Rundfunkrat am 10.02.09 vorgelegt. Die Projektgruppe beriet die Ergebnisse des Gutachtens ausführlich in einer Zwischenpräsentation am 12.01.09 und im Rahmen einer Abschlusspräsentation am 16.02.09.

Der Rundfunkratsvorsitzende leitete das marktliche Gutachten gemäß Ziff. II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren am 11.02.09 an den Intendanten des Mitteldeutschen Rundfunks zur Kommentierung und am 16.02.09 an die ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz zur Mitberatung weiter. Das marktliche Gutachten wurde auch dem ZDF-Fernsehrat sowie dem Programmbeirat Erstes Deutsches Fernsehen zugänglich gemacht.

Am 23.04.09 richtete der Rundfunkratsvorsitzende schriftlich weitere Fragen zum marktlichen Gutachten an die Gutachterin Hildebrand. Die Beantwortung der Nachfragen ging dem Rundfunkratsvorsitzenden am 01.07.09 zu.

### **3.4.5 Kommentierung durch den Intendanten**

Der Intendant des Mitteldeutschen Rundfunks hat gemäß Ziff. II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren die Gelegenheit, die eingegangenen Stellungnahmen und das marktliche Gutachten zu kommentieren. Insbesondere wird ihm hierdurch die Möglichkeit gegeben, auf Basis der eingegangenen Stellungnahmen oder der Ergebnisse des marktlichen Gutachtens das geplante Angebot zu modifizieren. Der Intendant des Mitteldeutschen Rundfunks übergab seine Kommentierung dem Rundfunkratsvorsitzenden am 02.03.09.

Der Rundfunkratsvorsitzende leitete die Kommentierung des Intendanten gemäß Ziff. II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren am 02.03.09 an die ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz zur Mitberatung weiter. Die Kommentierung des Intendanten wurde auch dem ZDF-Fernsehrat sowie dem Programmbeirat Erstes Deutsches Fernsehen zugänglich gemacht.

### **3.4.6 Mitberatung in den Gremien der ARD und des ZDF**

Gemäß Ziff. II Abs. 8 des ARD-Genehmigungsverfahrens gibt die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) auf Basis der Mitberatungsergebnisse der beteiligten Gremien eine Beschlussempfehlung an den Vorsitzenden des Rundfunkrats der federführenden Anstalt. Der Programmbeirat Erstes Deutsches Fernsehen sowie der ZDF-Fernsehrat leiten ihre Stellungnahme ebenfalls an den Rundfunkrat der federführenden Anstalt weiter.

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

- die eingegangenen Stellungnahmen Dritter,
- das marktliche Gutachten „Prüfung der marktrelevanten Auswirkungen bei [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de)“ vom 10.02.09,
- die Kommentierung des Intendanten des MDR vom 02.03.09,
- eine „Strukturierung der Stellungnahmen“ des MDR-Rundfunkrats vom 02.03.09,
- eine Mitberatungsvorlage des MDR-Rundfunkrats vom 20.04.09: „Vorläufiger Stand der bislang gewonnenen Erkenntnisse zur Beratung in den Gremien der ARD und des ZDF“.

Die in den Stellungnahmen der mitberatenden Gremien enthaltenen Hinweise und Anregungen bezog der MDR-Rundfunkrat in den weiteren Beratungsprozess ein:

- Stellungnahme des SR-Rundfunkrats vom 27.04.09,
- Stellungnahme des WDR-Rundfunkrats vom 28.04.09,
- Stellungnahme des HR-Rundfunkrats vom 08.05.09,
- Stellungnahme des RB-Rundfunkrats vom 14.05.09,
- Stellungnahme des NDR-Rundfunkrats vom 15.05.09,
- Stellungnahme des BR-Rundfunkrats vom 25.05.09,
- Stellungnahme des RBB-Rundfunkrats vom 25.05.09,
- Stellungnahme des SWR-Rundfunkrats vom 24.06.09.

Nach Abschluss der Beratungen der beteiligten Gremien erstellte die Gremienvorsitzendenkonferenz der ARD auf Basis dieser Beratungsergebnisse eine Beschlussempfehlung. Darüber hinaus wurden dem MDR-Rundfunkrat gemäß ARD-Genehmigungsverfahren eine Stellungnahme des Programmbeirats sowie des ZDF-Fernsehrats übermittelt. Mit diesen hat sich der MDR-Rundfunkrat vor seiner Entscheidung am 21.09.09 ausführlich befasst:

- GVK-Beschlussempfehlung vom 31.07.09,
- Stellungnahme des Programmbeirats Erstes Deutsches Fernsehen vom 19.05.09,
- Stellungnahme des ZDF-Fernsehrats vom 26.06.09.

### **3.4.7 Weitere Sachverhaltsermittlung**

Im Laufe der Beratungen der Projektgruppe zu dem Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) zeichnete sich ein über die vorliegenden Unterlagen hinausgehender, zusätzlicher Informationsbedarf ab. Die Projektgruppe entschied sich daher für eine ergänzende externe Begutachtung zum publizistischen Beitrag von [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de). Hierfür wurden mehrere Experten um ein Angebot gebeten. Beauftragt wurden Professor Dr. Burkhard Fuhs von der Universität Erfurt mit der Erstellung einer medienpädagogischen Expertise und Uwe Kammann vom Grimme-Institut mit einer qualitativen Be-

wertung des geplanten Angebots. Die Expertisen wurden dem MDR-Rundfunkrat am 15.07.09 bzw. am 20.07.09 vorgelegt und von der Projektgruppe am 10.08.09 beraten.

Der Rundfunkratsvorsitzende richtete am 20.05.09 sowie am 03.07.09 schriftlich weitere Fragen zum Angebotskonzept an den Intendanten des Mitteldeutschen Rundfunks. Der Intendant nahm zu den Fragen in seinen Schreiben vom 26.06. bzw. 15.07.09 Stellung. In einem weiteren Schreiben vom 11.08.09 wurden diese Antworten auf Bitte des Rundfunkrates weiter ausgeführt.

### **3.4.8 Beratungen des Rundfunkrats**

Die Projektgruppe prüfte und beriet die vorgelegten Informationen an folgenden Sitzungsterminen: 12.01.09, 16.02.09, 20.04.09, 18.05.09, 29.06.09, 10.08.09, 24.08.09. Zu den Sitzungen liegen Ergebnisprotokolle vor.

Zudem befasste sich der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks in seinen Sitzungen am 16.02.09, 20.04.09, 29.06.09 mit dem Drei-Stufen-Test zu [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de). In einer Klausur beriet der Rundfunkrat den zu prüfenden Sachverhalt am 21.09.09 umfassend. Die Beratung und der Beschluss über die Genehmigung des neuen Angebots fanden am 21.09.09 in Abwesenheit von Vertretern der Operative des MDR statt. Zu den Sitzungen des Rundfunkrates liegen Protokolle vor.

## **4 Darstellung des zu prüfenden Angebots**

Der Kinderkanal KI.KA von ARD und ZDF plant ein Onlineportal www.kikaninchen.de speziell für Vorschulkinder. Dieses Angebot soll eine neue Vorschulprogrammstrecke im linearen Fernsehen, die durch die Figur „KI.KAninchen“ gekennzeichnet wird, multimedial ergänzen. Die „Online-Erlebniswelt“ soll sämtliche vorhandenen Telemedienangebote des KI.KA für Vorschüler bündeln und erweitern und die unter www.kika.de angebotene „Vorschulwelt“ ablösen.

Im Folgenden werden die wesentlichen Aussagen der dem Rundfunkrat am 01.12.08 vorgelegten Angebotsbeschreibung zu Zielgruppe, Inhalt und Ausrichtung sowie der geplanten Verweildauer kurz dargestellt. In der Angebotsbeschreibung enthaltene Ausführungen zu den sogenannten drei Stufen werden im Kapitel 6 zusammengefasst.

### **4.1 Zielgruppe**

Zielgruppe von www.kikaninchen.de sind nach Angaben des Senders Kinder bis sechs Jahre. Zur erweiterten Zielgruppe zählen Eltern und Pädagogen, da Vorschulkinder das Internet nach Erkenntnissen der Medienforschung auf Grund mangelnder Lesefähigkeit nur selten allein nutzen.

### **4.2 Inhalt und Ausrichtung**

Es sollen Audio- und Videodateien, Spiele, Interaktionsmöglichkeiten und andere Elemente angeboten werden.

Neben den Sendungen des linearen KI.KA-Programms werden laut Angebotskonzept auch eigene für das Vorschulportal produzierte Audios und Videos vorgehalten. Das Angebot soll sendungsbezogene Spiele (Musik-, Tanz-, Geschicklichkeits-, Malspiele, Puzzles, Geschichten, Lernspiele) enthalten. Die Nutzer sollen mit dem KI.KA aktiv kommunizieren können. In einem Interaktivitätsbereich, der die Registrierung eines Erziehungsberechtigten erfordert, sollen Zeichnungen, Fotos oder Videos hochgeladen, Geburtstagsgrüße verschickt, oder das Haustier „KI.KAninchen“ online gepflegt werden können. Eltern sollen sich in diesem redaktionell betreuten Bereich austauschen können. Vorgesehen ist auch ein umfangreicher Download-Bereich mit Mal- und Bastelinhalten.

Für Eltern soll es einen speziellen Elternmodus mit kontextsensitiven Hinweisen geben. Eltern- und Pädagogenseiten enthalten Informationen zum medienpädagogischen Hintergrund des Angebots.

Durch Verlinkungen sollen die Vorschulmarken von ARD und ZDF in das Angebot integriert werden.

Das Angebot soll an die Entwicklungsstufe von Vorschülern angepasst werden: Die Navigationsstruktur soll altersgerecht und die Funktionalitäten sollen selbsterklärend sein. Das Angebot soll durch Animationen, Geräusche und Musikelemente auditiv-visuell unterstützt werden, so dass das Angebot auch ohne Lesefähigkeit bedient werden kann. Zudem soll der Vorschulplayer der geplanten Kinder-Mediathek



KI.KAplus von www.kikaninchen.de aus zugänglich sein. Das Vorschulangebot soll sich durch ein eigenständiges Design vom Gesamtangebot www.kika.de abgrenzen.

Mit dem Angebot werden pädagogische Ziele verfolgt: So sollen die sprachlichen Fähigkeiten durch Mitsingen bzw. Mitlesen von Liedtexten gefördert werden. Die Sprachförderung soll zudem durch Rezeption von Sendungen und Interaktion mit Identifikationsfiguren aus dem linearen Angebot erfolgen. In Anlehnung an die Inhalte von TV-Sendungen soll eventuell der Erwerb einer ersten Fremdsprache unterstützt werden. Die Motorik soll durch Mittanzen und rhythmische Spiele verbessert werden. Das Alltagswissen soll ebenfalls erweitert, Wahrnehmung, Aufmerksamkeit und Konzentrationsfähigkeit geschult werden. Das Angebot will zum aktiven Gestalten anregen. Die Förderung der Internet- und Computerkompetenz wird ebenfalls als zentrales Ziel hervorgehoben.

#### **4.3 Verweildauer**

Dem MDR-Rundfunkrat wurde für www.kikaninchen.de ein Verweildauerkonzept vorgelegt, das auf journalistisch-redaktionellen Kriterien beruhen soll und folgende maximale Vorhaltefristen vorsieht:

grundlegende Senderinformationen	dauerhaft
Onlinespezifische Darstellungsformen, user-generated-content	bis 24 Monate
Informations-/Wissens-/Bildungs-/Unterhaltungssendungen	bis 12 Monate
Nachrichten, Sport, Magazine, Dokumentationen, Features, Reportagen	bis 12 Monate
Fernsehserien/-reihen, Mehrteiler	bis 12 Monate
nachhaltige Angebote zur Erfüllung des Programmauftrags	bis 12 Monate
sendungsbezogene Spiele	bis 12 Monate
tagesaktuelle Sondersendungen	bis 3 Monate
Wiedereinstellmöglichkeit aus aktuellem Anlass	bis 3 Monate
Wiedereinstellmöglichkeit bei Wiederholungen	

Zur Begründung führt die Geschäftsführung aus, dass für Vorschulangebote besondere Anforderungen gelten, da die Lern- und Entwicklungsstufen von Vorschulkindern variieren. Wiederholungen seien für das kindliche Lernen erforderlich und machten somit eine lange Vorhaltezeit von Inhalten erforderlich. Dem Verweildauerkonzept seien Erfahrungswerte zugrunde gelegt worden. Zahlreiche Zuschaueranfragen würden den Bedarf nach Programmwiederholungen beweisen.

Eine umfassende Erörterung des Verweildauerkonzepts erfolgt in Kapitel 6.2.3.

#### **4.4 Zeitraum, innerhalb dessen das Angebot stattfinden soll**

Gemäß Angebotsbeschreibung soll das Angebot im Oktober 2009 ohne zeitliche Befristung starten. Der Rundfunkrat weist vorsorglich darauf hin, dass der Start des Angebots erst nach positiver Prüfung durch die Rechtsaufsicht und Veröffentlichung im amtlichen Verkündungsblatt erfolgen kann.

## 5 Allgemeine Genehmigungsvoraussetzungen

### 5.1 Vorliegen eines neuen oder veränderten Angebots

Der Intendant des Mitteldeutschen Rundfunks hat gemäß Ziff. I ARD-Genehmigungsverfahren zunächst geprüft, ob ein neues oder verändertes Angebot vorliegt. Der Rundfunkrat wurde von dem positiven Prüfergebnis unterrichtet und am 01.12.08 um Einleitung eines Genehmigungsverfahrens gebeten.

### 5.2 Angebot ist noch nicht gesetzlich beauftragt

Das geplante Angebot soll länger als sieben Tage vorgehalten werden. Das geplante Angebot ist durch die Bestimmungen des § 11d Abs. 2 daher noch nicht gesetzlich beauftragt und einem nach § 11f durchgeführten Genehmigungsverfahren zu unterziehen.

### 5.3 Zulässigkeitsvoraussetzungen

Ein Telemedienangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist unter folgenden, im RStV genannten Voraussetzungen grundsätzlich zulässig:

- Das Angebot ist journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet (§ 11d Abs. 1).
- Das Angebot soll der Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an der Informationsgesellschaft dienen, Orientierungshilfe bieten sowie die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten fördern (§ 11d Abs. 3).

Folgende Angebote sind gemäß RStV verboten und damit grundsätzlich nicht genehmigungsfähig:

- Werbung und Sponsoring in Telemedien (§ 11d Abs. 5),
- Angebote zum Abruf von angekauften Spielfilmen und Folgen von Fernsehserien (§ 11d Abs. 5),
- flächendeckende lokale Berichterstattung (§ 11d Abs. 5),
- nichtsendungsbezogene presseähnliche Angebote (§ 11d Abs. 2 Nr. 3),
- Angebote, die gegen die Negativliste im Anhang des RStV verstoßen.

#### a) Stellungnahmen Dritter

In einigen Stellungnahmen finden sich Hinweise darauf, dass verschiedene Zusatzfunktionen von www.kikaninchen.de unter die **Verbote der Negativliste** des RStV fallen und demnach nicht zulässig seien (RTL, VPRT). Spielen fehle der erforderliche Sendungsbezug, bei Bastel- und Malvorlagen handele es sich um Fotodownloads ohne Sendungsbezug, die dargebotenen Musiktexte zum Mitsingen seien Musikdownloads kommerzieller Fremdproduktionen, die Bewertungsfunktionen des Vorschulplayers stellten ein Bewertungsportal dar, der Interaktivitätsbereich sei ein Forum ohne Sendungsbezug und redaktionelle Begleitung.

Der VDZ befürchtet, dass sendungsunabhängige Texte und Bilder angeboten werden sollen und es sich bei dem geplanten Angebot somit um **elektronische Presse** handele.

*b) Kommentierung des Intendanten*

Der Intendant **schließt Verstöße gegen die Negativliste aus**. Funktionen des Vorschulplayers wie Videobewertungen, Nutzerempfehlungen, Anzeige ähnlicher Sendungen oder versendbare Playlists seien nicht Kern oder Zweck des Angebots, sondern lediglich eine Ergänzung des eigentlichen Angebots. Somit handele es sich um kein Bewertungsportal im Sinne des RStV. Der Sendungsbezug von Spielen werde durch entsprechende Protagonisten und Aufbereitung der Sendungsinhalte des linearen Angebots sichergestellt. Der Interaktivitätsbereich stelle eine Austauschmöglichkeit der Eltern über Sendungen und ähnliches dar und sei an einzelne Sendungen bzw. daraus ableitbare Themen gekoppelt. Zudem werde dieser Bereich redaktionell betreut. Bei Mal- oder Bastelvorlagen zum Ausdrucken handele es sich weder um eine Software noch um einen Fotodownload ohne Sendungsbezug zum dauerhaften Verbleib auf dem Rechner. Die über www.kikaninchen.de abrufbaren Lieder seien nicht auf dem eigenen Rechner speicherbar und daher wie die nachlesbaren Liedtexte kein Musikdownload. Die Interessen der kommerziellen Musikindustrie würden hierdurch nicht berührt. In Ausnahmefällen würden eigenproduzierte Lieder zum Download angeboten.

Www.kikaninchen.de sei ein multimediales Angebot, das sich durch eine Verknüpfung von Text, Ton und Bild auszeichne und damit fernsehähnlich gestaltet sei. In seiner Gestaltung entspreche das Angebot daher nicht der gedruckten Presse.

*c) Empfehlungen der mitberatenden Gremien*

Die mitberatenden Gremien stellen fest, dass die **allgemeinen Genehmigungsvoraussetzungen vorliegen** und gegen keine Verbote des RStV verstoßen wird. Der Vorschulplayer unter www.kikaninchen.de sei kein Bewertungsportal, da ausschließlich die eigenen Sendungen des KI.KA bewertet würden. Alle Foren und Chats würden redaktionell betreut. Bei den Mal- und Bastelvorlagen handele es sich nicht um Software oder Fotodownload, Liedtexte seien kein Musikdownload (Programmbeirat). Der Sendungsbezug der Spiele sei nach Auffassung der mitberatenden Gremien überzeugend dargestellt worden. In Bezug auf mögliche Verstöße befürwortet die GVK, Vorkehrungen zur Sicherstellung des Sendungsbezugs der Spiele zu treffen und dies regelmäßig durch den Rundfunkrat des MDR zu überprüfen. Es handele sich bei www.kikaninchen.de um kein presseähnliches Angebot, da Text-, Ton- und Bildelemente miteinander verknüpft würden und insbesondere Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten vorgesehen seien (GVK, Programmbeirat).

*d) Weitere Sachverhaltsermittlung*

Die in den Stellungnahmen Dritter geäußerten Zweifel an einem ausreichenden Sendungsbezug der geplanten Spiele konnten in der Kommentierung des Intendanten nach Auffassung des Rundfunkrats nicht vollständig ausgeräumt werden. Der Rundfunkrat hat den Intendanten daher um eine **umfassendere Erläuterung des Sendungsbezugs** gebeten. Am 26.06.09 hat der Intendant schriftlich mitgeteilt, dass der Sendungsbezug durch die Präsentatoren und Protagonisten von Vorschulsendungen, die Übernahme des Sendungsdesigns sowie durch die Verwendung redaktioneller Materialien, die den Sendungen zu Grunde liegen, sicher gestellt werde. Analog zum Konzept des linearen Sendungsangebots für Vorschüler beziehe man die Bildungsbereiche „Sprache“, „Denken“, „Körper“, „Gefühl/Mitgefühl“ und „Sinne“ ein.

Nicht zuletzt werde der Sendungsbezug durch die Zusammenarbeit von Fernseh- und Onlineredakteuren erreicht.

e) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Die Ziele des KI.KA, durch www.kikaninchen.de die **Medienkompetenz** und Sprachfertigkeiten aller Kinder, insbesondere auch von Kindern mit Migrationshintergrund, fördern und ein weitgehend **barrierefreies Angebot** schaffen zu wollen, entsprechen den Anforderungen des RStV an öffentlich-rechtliche Telemedienangebote. Eine Gestaltung, die sich optisch vom Telemedienangebot www.kika.de absetzt und den Fähigkeiten der Zielgruppe gerecht wird, leistet zudem einen Beitrag zur **Orientierung** junger Mediennutzer im Internet.<sup>5</sup>

Das Angebot ist journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet. Es enthält keine Werbung und kein Sponsoring.

In seinen Beratungen hat sich der Rundfunkrat ausführlich mit der Frage auseinandergesetzt, ob der **Sendungsbezug der Online-Spiele** durch die Hauptfiguren linearer Sendungen bereits hinreichend gewährleistet ist. § 2 Abs. 2 Ziff. 18 enthält eine Legaldefinition, was unter sendungsbezogenen Telemedien zu verstehen ist. Diese lautet:

„Angebote, die der Aufbereitung von Inhalten aus einer konkreten Sendung einschließlich Hintergrundinformationen dienen, soweit auf für die jeweilige Sendung benutzte Materialien und Quellen zurück gegriffen wird und diese Angebote thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützend vertiefen und begleiten, ohne jedoch bereits ein eigenständiges neueres oder verändertes Angebot nach § 11f Abs. 3 darzustellen.“

Spielangebote ohne Sendungsbezug stehen auf der Negativliste zu § 11d Abs. 5 Abs. 2 Ziff. 18 und sind damit in Telemedien nicht zulässig. Aus der Definition des § 2 wird deutlich, dass das sendungsbezogene Telemedienangebot über die rein textliche Wiedergabe des Sendungsinhaltes hinausgehen darf.<sup>6</sup> Spiele mit einem Sendungsbezug sind zulässig. Ein Online-Spiel geht als Telemedienangebot *per se* über die textliche Wiedergabe des Sendungsinhaltes hinaus. Durch die **Verknüpfung mit den Inhalten linearer Sendungen** bleibt der notwendige Sendungsbezug aber bestehen. Dabei darf angesichts des insoweit eindeutigen Wortlauts der Begründung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag über die rein textliche Wiedergabe des konkreten Sendungsinhaltes einer einzelnen Sendung hinaus gegangen werden.

Auf Nachfrage hat der Intendant erläutert, dass sich neben den Protagonisten auch das jeweilige Design der Sendung wiederfinden soll. Außerdem – und dies scheint dem Rundfunkrat wesentlich – sollen die **redaktionellen Materialien**, die den linearen Sendungen zugrunde liegen, auch bei der Entwicklung der Online-Spiele genutzt werden. Der Rundfunkrat geht davon aus, dass hierdurch eine enge Bindung der Spiele an die linearen Angebote erreicht wird und der erforderliche Sendungsbezug gewährleistet ist. Bei Genehmigung des Angebots wird der Rundfunkrat den Sendungsbezug der realisierten Spiele im Rahmen der nachlaufenden Programmkontrolle überprüfen. Wie sich bereits aus der Angebotsbeschreibung sowie den konkreti-

---

<sup>5</sup> Ausführlich hierzu im Kapitel 6.1.

<sup>6</sup> Vgl. Begründung zum Zwölften Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge S.5

sierenden Ausführungen des Intendanten ergibt, kann der Rundfunkrat zudem davon ausgehen, dass Spiele keinen Schwerpunkt des Angebots darstellen und allen Spielen eine Bildungsfunktion zugrunde liegt.

Der Rundfunkrat folgt der Einschätzung der mitberatenden Gremien, dass die im Zusammenhang mit dem Vorschulplayer angebotene **Bewertungsfunktion** nicht den Zweck eines Dienstleistungsportals hat, Sendungen konkurrierender Anbieter miteinander zu vergleichen. Vielmehr ist eine Bewertungsmöglichkeit ein Instrument zur Angebotsoptimierung. Daneben kann diese Funktion zur Auseinandersetzung mit den rezipierten Inhalten anregen.

Bastel- oder Malvorlagen sind **keine eigene Software oder ein Fotodownload ohne Sendungsbezug**. Bastel- oder Malvorlagen sind entweder Telemedien „*sui generis*“ oder dem Bereich Spiele zuzuordnen. Versteht man Bastel- oder Malvorlagen als Telemedien eigener Art, sind diese jedenfalls nicht von der Negativliste zu § 11d Abs. 5 S. 4 umfasst. Besteht ein Sendungsbezug im Sinne des § 2 Abs. 2 Ziff. 18, sind Mal- und Bastelvorlagen bei einer Verweildauer von bis zu sieben Tagen vom Auftrag des § 11d Abs. 2 Ziff. 2 umfasst. Im Rahmen des Drei-Stufen-Tests ist insoweit nur noch eine längere Verweildauer zu prüfen. Handelt es sich um nicht sendungsbezogene Telemedien, ist das Angebot von Mal- und Bastelvorlagen insgesamt im Rahmen eines nach § 11f durchzuführenden Verfahrens zu überprüfen. Wertet man Mal- und Bastelvorlagen als Spiele, kann auf die Ausführungen zu dieser Fragestellung verwiesen werden.

Der Intendant legt in seiner Kommentierung nach Einschätzung des Rundfunkrats schlüssig dar, dass es sich bei den angebotenen Liedern und Liedtexten um **keine Downloads kommerzieller Fremdproduktionen** handelt.

Auch der Interaktivitätsbereich, in dem Eltern die gemalten Bilder ihrer Kinder hochladen, Fotos oder Videos einstellen und sich untereinander austauschen können, ist nach Auffassung des Rundfunkrats nicht kritisch hinsichtlich seiner Zulässigkeit gemäß RStV. Foren oder Chats unter Programm- oder Sendermarken sind rechtlich zulässig. Die **redaktionelle Betreuung** dieser Angebote wurde überzeugend dargelegt.

Das Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) wird nach Überzeugung des Rundfunkrats in Inhalt und Gestaltung nicht Zeitungen oder Zeitschriften entsprechen, sondern multimedial als Verbindung von Text, Bild, Ton, Bewegtbildern und Animationen gestaltet werden. Auch der Interaktivitätsbereich unterscheidet das geplante Angebot in Inhalt und Gestaltung von Zeitungen und Zeitschriften. Das Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) ist dementsprechend **kein presseähnliches Angebot** im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 19.

Der Rundfunkrat des MDR kommt auf Basis der Angebotsbeschreibung und der konkretisierenden Ausführungen des Intendanten zu dem Ergebnis, **dass die allgemeinen Voraussetzungen für eine Genehmigung vorliegen und es keine Anzeichen für einen Verstoß gegen ein Verbot des RStV gibt**. Der Rundfunkrat wird die Einhaltung der staatsvertraglichen Verbote nach Realisierung des Angebots im Rahmen der nachgelagerten Programmkontrolle überprüfen.

## 6 Genehmigungsvoraussetzungen gemäß § 11f Abs. 4

Gemäß § 11f Abs. 4 hat die Rundfunkanstalt gegenüber dem zuständigen Rundfunkrat darzulegen, dass das geplante neue oder veränderte Angebot vom Auftrag umfasst ist. Hierfür ist das Angebot auf drei Prüfstufen zu bewerten.

### 6.1 Das Angebot entspricht demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft

Auf der ersten Stufe ist zunächst zu prüfen, inwieweit das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht. Ziel dieser Stufe ist es zu ermitteln, ob das geplante Angebot grundsätzlich gesellschaftliche Relevanz besitzt und somit den in § 11f Abs. 4 Nr. 1 gestellten Anforderungen genügt. Das Prüfergebnis auf dieser Stufe ist nicht vom Vorhandensein vergleichbarer Angebote abhängig. Der Beitrag des geplanten Angebots zum publizistischen Wettbewerb wird separat auf der nachfolgenden Stufe geprüft.

#### a) Angebotsbeschreibung

In der Angebotsbeschreibung zu www.kikaninchen.de wird das Bedürfnis nach einem Internetangebot für Vorschulkinder damit begründet, dass die Internetnutzung der jungen Generation und damit einhergehend auch von Vorschulkindern bereits eine relevante Größe erreicht habe. Es wird erwartet, dass Vorschulkinder – unterstützt durch ihre Eltern – das Internet zukünftig deutlich stärker nutzen werden. Weiterhin wird auf ein **kommunikatives Bedürfnis** von Vorschulkindern und ihren Eltern nach einem auf ihre Seh- und Nutzungsgewohnheiten zugeschnittenen ergänzenden Online-Angebot verwiesen.

Mit dem geplanten Vorschulportal soll insbesondere dem **Bildungsauftrag** entsprochen werden. Man wolle hierbei die kognitiven, intellektuellen und emotionalen Fähigkeiten der Altersgruppe berücksichtigen und der Lebenssituation der in Deutschland lebenden Kinder Rechnung tragen, indem man sich mit Themen befasse, die Kinder in Deutschland besonders interessieren. Im Fokus soll insbesondere die Förderung von Medienkompetenz stehen. Mit dem Angebot sollen aber auch die sprachlichen Kompetenzen von sozial benachteiligten Kindern und von Kindern mit Migrationshintergrund gefördert werden.

#### b) Stellungnahmen Dritter

Mehrere Wettbewerber **verneinen ein gesellschaftliches Bedürfnis** nach weiteren gebührenfinanzierten Onlineangeboten für Kinder (RTL, MTV, VPRT). Der VPRT merkt an, Veränderungen des Nutzungsverhaltens seien in der Angebotsbeschreibung nicht hinreichend belegt worden, das lineare KI.KA-Programm bediene die Zielgruppe bereits hinlänglich. RTL kritisiert, es sei nicht nachgewiesen worden, dass das geplante Angebot zum Grundversorgungsauftrag gehört. **Unterhaltungselemente** würden zu reinem Selbstzweck eingesetzt und seien daher kein Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrags.

Dahingegen führt die UNICEF Stiftung an, dass es zum Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gehöre, Kinder und Jugendliche **diskriminierungsfrei mit altersgemäßen Inhalten zu erreichen**. Dafür sei zunehmend das Internet notwen-

dig. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk trage zudem eine besondere Verantwortung, die Kompetenz von Kindern im Umgang mit Medien und Informationen zu stärken. Gemäß UN-Kinderrechtskonvention hätten Kinder ein Recht auf umfassenden, ungehinderten Zugang zu Informationen. UNICEF zufolge könne das geplante Angebot dieser Aufgabe gerecht werden.

c) Kommentierung des Intendanten

Der Intendant verweist darauf, dass der öffentlich-rechtliche Programm- und Telemedienauftrag alle Bevölkerungsgruppen und Generationen umfasse und somit auch für Vorschulkinder gelte.

d) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Der Programmbeirat erachtet ein gesellschaftliches Bedürfnis in der Angebotsbeschreibung für schlüssig dargelegt und sieht das geplante Angebot in Übereinstimmung mit den Leitlinien der ARD, wonach sich die Angebote an die Sehgewohnheiten und das Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe anpassen sollten. Der ZDF-Fernsehrat geht von einem wachsenden Bedürfnis von Eltern und Kindern nach einem zeitsouveränen Abruf von Sendungen aus dem Internet aus. Die GVK bejaht angesichts der tatsächlichen Onlinenutzung von Vorschülern den **Bedarf nach einem hochwertigen Angebot speziell für Vorschulkinder**. Die GVK sieht aber weiteren Klärungsbedarf hinsichtlich der grundsätzlichen Notwendigkeit eines Online-Angebots für Drei- bis Sechsjährige sowie die **Auswirkungen auf die Entwicklung von Vorschülern** und empfiehlt auch nach Start des Angebots, diese Fragen wissenschaftlich evaluieren zu lassen.

Einig sind sich die mitberatenden Gremien darin, dass die mit www.kikaninchen.de verbundenen Ziele den **öffentlich-rechtlichen Aufgaben** entsprechen. So sei besonders die Förderung der Medien- und Sprachkompetenz von Kindern mit Migrationshintergrund positiv hervorzuheben (GVK, ZDF-Fernsehrat, Programmbeirat). Durch die Orientierung des geplanten Angebotes an der realen Lebenswelt der Kinder in Deutschland fördere das Angebot die kulturelle Identifikation und Integration. Der enge Bezug zu den linearen KI.KA-Angeboten sichere hierbei eine hohe Qualität (GVK). Unterhaltung sei, anders als von RTL behauptet, keineswegs ein Selbstzweck, sondern zwingend erforderlich für die altersgerechte Vermittlung von edukativen Inhalten, wenn man die Zielgruppe erreichen wolle (Programmbeirat, GVK). Zudem seien auch zielgruppenspezifische Angebote erlaubt. Die GVK führt aus, dass das Bestehen vergleichbarer Angebote noch nicht zu einer Unzulässigkeit des neuen Angebots führt.

e) Weitere Sachverhaltsermittlung

Fuhs konstatiert in seiner Expertise, dass von verschiedenen Seiten immer wieder vor Beeinträchtigungen durch zu viel Bildschirmnutzung von Kindern gewarnt werde. Er betont aber, dass es auch Argumente dafür gebe, warum der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein Onlineangebot für Vorschulkinder anbieten solle. Die Internetnutzung habe längst Einzug in deutsche Familien gehalten. Kinder würden in ihrer Medienutzung durch den Mediengebrauch der Eltern sozialisiert. Es sei daher unrealistisch, den Gebrauch von Computer und Internet durch Kinder verhindern zu wollen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk müsse vielmehr darauf abzielen, die Mediensozia-

lisation von Kindern verantwortungsvoll und kindgerecht durch geeignete Angebote zu gestalten.

Der Gutachter führt weiter aus, dass das Konzept www.kikaninchen.de sowohl **Lerninhalte**, welche den Erwerb geistiger, körperlicher, emotionaler und sozialer Kenntnisse fördern sollen, als auch **Bildungsinhalte**, durch welche Kinder ein Verständnis von sich selbst und ihrer Beziehung zu ihrer Umwelt entwickeln können, vorsehe. Er verweist in diesem Zusammenhang auf den hohen Bedeutungszuwachs der Medien, der sich durch die immer wichtigere Rolle des informellen Lernens außerhalb der Schule ergebe: „Für Medienanbieter allgemein und für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Besonderen, erwächst hier eine neue Bedeutung als zuverlässiger Lernpartner schon in der frühen Kindheit.“<sup>7</sup>

Das Angebot wolle verschiedene Bildungsbereiche abdecken. Die naturwissenschaftliche Bildung soll durch die Freude am Entdecken, Ausprobieren und Selbermachen gefördert werden. Die kommunikative Bildung soll durch Sprachvermittlung, Förderung von Lesekompetenz und verbalen Ausdrucksmöglichkeiten berücksichtigt werden. Mitsingen, Mittanzen, rhythmisches Klatschen und Anregen zu aktiven Gestaltungsmöglichkeiten seien Angebotsbestandteile aus dem ästhetischen und somatischen Bildungsbereich. Empfehlenswert ist laut Fuhs auch der spielerische Erwerb einer Fremdsprache bereits im Vorschulalter. Dahingegen bemängelt Fuhs, dass der mathematische Bildungsbereich augenscheinlich nicht berücksichtigt werde und dass die ästhetische und somatische Bildungsförderung v. a. in Zusammenhang mit der Sprachförderung konzipiert wurde.

Aus pädagogischer Sicht begrüßt der Gutachter ein Angebot, das **Barrierefreiheit** für Kinder und eine spezielle Förderung von Kindern mit Migrationshintergrund biete.

f) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Die Hinweise aus den Stellungnahmen Dritter und der mitberatenden Gremien aufnehmend, hat sich der Rundfunkrat umfassend mit dem kommunikativen Bedürfnis nach einem Internetangebot für Vorschulkinder befasst. Zum einen war zu analysieren, ob aus dem Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe ein grundsätzlicher Bedarf nach einem solchen Angebot abgeleitet werden kann. Zum anderen hat sich der Rundfunkrat mit der Frage beschäftigt, ob das beschriebene Angebotskonzept geeignet ist, den demokratischen, kulturellen und sozialen Bedürfnissen der Gesellschaft Rechnung zu tragen und somit dem öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrag zu entsprechen.

Recherchen des Rundfunkrats haben ergeben, dass es bislang noch wenig empirische Forschung zur Medien- bzw. Internetnutzung von Vorschulkindern gibt. Die Befunde verschiedener Studien können allerdings als Indiz dafür gewertet werden, dass das Internet zunehmend alle Bevölkerungsschichten durchdringt und davon auch Vorschulkinder nicht ausgenommen sind.

---

<sup>7</sup> Fuhs 2009: Expertise, S. 15f.



Einen Computer gibt es mittlerweile in 88% der Haushalte mit Kindern, dieser wird von den meisten Kindern auch genutzt (78%).<sup>8</sup> Familien mit Kindern verfügen laut KIM-Studie 2008 deutlich häufiger als der Bevölkerungsdurchschnitt über einen Internetanschluss (85%).<sup>9</sup> 36% der Kinder zwischen 5 und 15 Jahren haben sogar einen eigenen Computer, bei den 5-6-Jährigen sind es 8,9%.<sup>10</sup> Die **technische Zugangsmöglichkeit zum Internet** ist somit für die meisten Kinder in Deutschland bereits Realität.

Zu hinterfragen ist aber auch, in welchem Umfang Computer und Internet von Vorschulkindern tatsächlich genutzt werden. Eine aktuelle, von der BITKOM in Auftrag gegebene Studie „Kinder und Jugendliche im Netz“ weist 21% der 4-6-Jährigen in Haushalten mit Internetzugang als Internetnutzer aus.<sup>11</sup> Die KIM-Studie 2008 kommt zu dem Ergebnis, dass jedes zweite Kind im Alter von 6-7 Jahren einen Computer nutzt. Kinder mit Computerefahrung gehen immer häufiger auch ins Internet: 2006 nutzten erst 31% der 6-7-Jährigen mit Computerkenntnissen das Internet, 2008 waren es bereits 40%.

Der MDR-Rundfunkrat kann sich angesichts dieser Nutzungsdaten der Argumentation des VPRT, das lineare Programm des KI.KA bediene die Zielgruppe hinlänglich, nicht anschließen. Zwar spielt das lineare Fernsehen im Medienrepertoire von Vorschulkindern bislang noch eine bedeutendere Rolle als das Internet. Aber es ist **davon auszugehen, dass der Stellenwert des Internets weiter steigen wird**, wie die Veränderungen im Mediennutzungsverhalten von 14-19-jährigen Jugendlichen zeigen, wo das Fernsehen durch das Internet als meistgenutztes Medium bereits abgelöst wurde.<sup>12</sup>

Im Rahmen der Mitberatung der GVK wurde die Besorgnis formuliert, dass eine zu frühe Internetnutzung die **kognitive und soziale Entwicklung von Kindern** beeinträchtigen könne. Auch der MDR-Rundfunkrat hat sich ausführlich mit der Frage befasst, ob ein öffentlich-rechtliches Telemedienangebot die Internetnutzung von Vorschulkindern aus medienpädagogischer Sicht überhaupt fördern solle und den Erziehungswissenschaftler Fuhs um eine Einschätzung gebeten. Fuhs weist darauf hin, dass es aus der Hirnforschung Warnungen vor Bildschirmnutzung kleiner Kinder gibt, führt aber auch überzeugend aus, dass der Gebrauch neuer Medien durch Vorschulkinder bereits alltäglich sei und sich angesichts der Mediensozialisation durch die

---

<sup>8</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2008. Kinder und Medien. Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland, 2008, [www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf08/KIM08.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf08/KIM08.pdf), 26.02.2009.

<sup>9</sup> Zum Vergleich: Internetanschluss im Bevölkerungsdurchschnitt: 66%. Vgl. hierzu Eimeren, Birgit van; Frees, Beate: Internetverbreitung. Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008, in: Media Perspektiven 7 (2008), S. 330-344, [www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/Eimeren\\_I.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Eimeren_I.pdf), 19.05.2009.

<sup>10</sup> Vgl. Initiative D 21 (Hrsg.): Bildung via Internet: Wie vernetzt sind Deutschlands Kinder? Eine Sonderstudie im Rahmen des (N)Onliner-Atlas 2008, [www.old.initiatiived21.de/fileadmin/files/08\\_NOA/FSC\\_Sonderstudie\\_72dpi.pdf](http://www.old.initiatiived21.de/fileadmin/files/08_NOA/FSC_Sonderstudie_72dpi.pdf), 09.03.2009.

<sup>11</sup> Vgl. BITKOM (Hrsg.): Kinder und Jugendliche im Netz. Pressekonferenz 07.07.2009, [www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Praesentation\\_Jugend\\_im\\_Web\\_07\\_07\\_2009\\_PRESSE.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Praesentation_Jugend_im_Web_07_07_2009_PRESSE.pdf), 24.07.2009.

<sup>12</sup> Vgl. Eimeren, Birgit van; Frees, Beate: Der Internetnutzer 2009 - multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009, in: Media Perspektiven 7 (2009), S. 334-348, [www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/Eimeren1\\_7\\_09.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Eimeren1_7_09.pdf), 13.08.2009.

Eltern kaum verhindern lasse. Nach Auffassung des Rundfunkrats ist es daher wichtig, ein verantwortungsvolles und kindgerechtes Angebot zu schaffen, das auf die besonderen Bedürfnisse von Vorschulkindern eingeht. Gleichzeitig erachtet der Rundfunkrat es als entscheidend, ein Vorschulangebot so zu gestalten, dass **übermäßiger Internetkonsum von Vorschulkindern vermieden** wird und insbesondere auch zu **Aktivitäten abseits von Fernsehen und Computer** angeregt wird. Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung des Angebots sollte der KI.KA auch die Auswirkung des Angebots auf die frühkindliche Entwicklung im Blick behalten.

Der RStV benennt in § 11 verschiedene Aufgaben öffentlich-rechtlicher Angebote, um den demokratischen, kulturellen und sozialen Bedürfnissen der Gesellschaft gerecht zu werden. Die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollen demnach der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung dienen. Die Angebotsbeschreibung sowie die Expertise von Fuhs legen nach Überzeugung des Rundfunkrats hinreichend dar, dass [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) einen **Bildungsbeitrag** leisten wird, indem unter Berücksichtigung unterschiedlicher Bildungsbereiche die kognitiven, sozialen und motorischen Fähigkeiten von Kindern gefördert werden sollen. Hoch bewertet der Rundfunkrat des MDR ebenso wie die mitberatenden Gremien den Anspruch, die sprachlichen Fähigkeiten auch von Kindern mit Migrationshintergrund zu fördern. Den Empfehlungen der Expertise von Fuhs folgend, schlägt der Rundfunkrat vor, alle Bildungsbereiche im Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) zu berücksichtigen.

Der MDR-Rundfunkrat schließt sich dem Standpunkt des Programmbeirats an, dass **Unterhaltung**, nicht wie von RTL angeführt, aus reinem Selbstzweck eingesetzt werden wird, sondern gerade bei Kindern Voraussetzung ist, um überhaupt **Aufmerksamkeit** für edukative Themen zu erzielen. Dies ist durch medienpädagogische Forschung belegt: „Zum einen gibt es keinen Lebensbereich von kleinen Kindern, in dem nicht immer und zu jeder Zeit gelernt wird und zum anderen lernen Kinder im Vorschulalter vor allem und hauptsächlich spielerisch.“<sup>13</sup>

Der RStV definiert als telemedienspezifische Aufgabe 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). Das geplante Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) soll weitgehend entsprechend der Barrierefreien Informationstechnik-Verordnung (BITV) gestaltet werden. Der Rundfunkrat begrüßt daher ausdrücklich, dass so **auch Kindern mit körperlichen Beeinträchtigungen der Zugang zu dem Onlineangebot ermöglicht** wird. Zu Recht hebt UNICEF die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hervor, allen Kindern diskriminierungsfrei Zugang zu kindgerechten Inhalten zu bieten. In diesem Zusammenhang ist auch auf die besondere gesellschaftliche Relevanz eines Angebots zu verweisen, für das keine zusätzlichen Gebühren zu entrichten sind, und somit allen Kindern – unabhängig vom sozialen Status und vom Einkommen der Eltern – zugänglich ist.

Die besondere Gestaltung von [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de), die den Fähigkeiten der Zielgruppe entspricht, und die damit verbundene optische Abgrenzung vom bestehenden

---

<sup>13</sup> Fuhs 2009: Expertise, S. 12; vgl. hierzu auch Paus-Haase, Ingrid: Qualitätskriterien für Kinderfernsehen. Überlegungen zu Eckpunkten einer Diskussion über Qualität, in: Medien Praktisch 2 (1997), S. 53-56.

Telemedienangebot [www.kika.de](http://www.kika.de) ist nach Überzeugung des Rundfunkrats geeignet, **Orientierung** im Internet für Kinder mit begrenzter Lesefähigkeit und geringem Verständnis von der Struktur des Mediums zu schaffen. In diesem Zusammenhang erscheint auch positiv, dass der Vorschulplayer direkt in das Angebot integriert wird, so dass die Umgebung [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) nicht verlassen werden muss, um für Vorschüler geeignete Sendungen des KI.KA abzurufen.<sup>14</sup>

Die Vermittlung von **Medienkompetenz** als weiterem Anliegen des geplanten Angebots entspricht ebenfalls den staatsvertraglichen Anforderungen an ein öffentlich-rechtliches Telemedienangebot. Das Internet wird zunehmend zum Wissensspeicher unserer Gesellschaft und kommt in allen Lebensbereichen zum Einsatz. Die neuen Medien haben daher beim „informellen Lernen“ außerhalb der schulischen Institutionen eine besondere Relevanz. Voraussetzung für den zielorientierten Einsatz der Medien zum Wissenserwerb ist jedoch Medienkompetenz.<sup>15</sup> Dies „beinhaltet die Fähigkeit, Medien kritisch, selbstbestimmt und verantwortlich nutzen, verstehen, bewerten und gestalten zu können“.<sup>16</sup> Umso bedeutsamer ist es, Kinder bereits ab Beginn der Nutzung des Mediums zu einem kritischen und zielgerichteten Umgang mit diesem zu erziehen. Da ein Großteil der Mediennutzung zuhause erfolgt, kommt auch der Medienerziehung im Elternhaus eine wachsende Bedeutung zu.<sup>17</sup> Neben der Vermittlung von technischen Fertigkeiten sollte daher insbesondere vermittelt werden, wie man Quellen von Informationen kritisch prüft und hinterfragt, wie man sensibel mit den eigenen Daten im Netz umgeht und es sollte bewusst gemacht werden, welche Gefahren das Internet bergen kann. Laut Angebotsbeschreibung sollen mit Hilfe eines Maustrainers und verschiedenen Spielen Vorschulkinder zunächst an Computer und Internet herangeführt werden. Mit-Mach-Aktionen oder Foren für Eltern sollen den Diskurs unter den Nutzern anregen und eine kritische Auseinandersetzung mit Sendungen, Inhalten und Angeboten fördern. Medienpädagogischen Erkenntnissen zufolge wird hierdurch der kompetente Umgang mit Medien gestärkt.<sup>18</sup> Die kontextsensitive Elternhilfe sowie der Elternbereich mit umfangreichem Hintergrundmaterial unterstützt nach Ansicht des Rundfunkrats zudem die Kommunikation zwischen Eltern und Kindern. Nach Feil stellt „die soziale Einbettung in den Familienalltag, die Gemeinsamkeit mit den Eltern“ den entscheidenden pädagogischen Nutzen von Internetbesuchen kleiner Kinder dar.<sup>19</sup> Der MDR-Rundfunkrat stimmt mit den mitberatenden Gremien überein, dass das Konzept von [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) geeignet ist, die Medienkompetenz von Internetanfängern zu fördern.

---

<sup>14</sup> Zur Frage nach Überschneidungen zwischen öffentlich-rechtlichen Angeboten vgl. Kapitel 6.2.2.

<sup>15</sup> Vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): Das informelle Lernen. Die internationale Erschließung einer bisher vernachlässigten Grundform menschlichen Lernens für das lebenslange Lernen aller, Berlin 2001, [www.bmbf.de/pub/das\\_informelle\\_lernen.pdf](http://www.bmbf.de/pub/das_informelle_lernen.pdf), 03.06.2009.

<sup>16</sup> Trepte, Sabine: Medienkompetenz, in: Krämer, Nicole C. (Hrsg.): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte, Stuttgart 2008, S. 102.

<sup>17</sup> Vgl. Petzold, Matthias: Die Multimedia-Familie. Mediennutzung, Computerspiele, Telearbeit, Persönlichkeitsprobleme und Kindermitwirkung in Medien, Opladen 2000.

<sup>18</sup> Vgl. Baacke, Dieter: Zum Konzept und zur Operationalisierung von Medienkompetenz, 1998, [www.unibielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm](http://www.unibielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm), 10.08.2009.

<sup>19</sup> Feil, Christine: Internet für Klein- und Vorschulkinder. Wissen & Wachsen. Schwerpunktthema Neue Medien, Wissen, 2006, [www.wissenundwachsen.de/page\\_medien.aspx?Page=95b3dbe7-d31a-4a44-a692-0f85acee0e7c](http://www.wissenundwachsen.de/page_medien.aspx?Page=95b3dbe7-d31a-4a44-a692-0f85acee0e7c), 26.02.2009.

Zur Überzeugung des Rundfunkrats steht auf Basis der vorgelegten Angebotsbeschreibung fest, dass das geplante Angebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) den staatsvertraglichen Anforderungen an ein öffentlich-rechtliches Telemedienangebot gerecht wird und **den demokratischen, kulturellen und sozialen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht**. Die Voraussetzungen für eine weitergehende Prüfung des geplanten Angebots in Stufe 2 liegen somit vor.

## **6.2 Positiver Beitrag des Angebots in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb**

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.

### **6.2.1 Quantität und Qualität vorhandener frei zugänglicher Angebote**

Voraussetzung für eine Bewertung des Beitrags zum publizistischen Wettbewerb ist zunächst ein quantitativer und qualitativer Überblick über die bereits vorhandenen Onlineangebote für Vorschulkinder, mit denen das geplante Angebot in Konkurrenz treten würde.

#### **a) Angebotsbeschreibung**

Die im Rahmen der Angebotsbeschreibung vorgenommene Wettbewerberabgrenzung soll sich am tatsächlichen Nutzerverhalten orientieren. Es seien zunächst die Suchmaschinen google.de, google.at, google.ch und ergänzend yahoo.de nach diversen Schlagworten durchsucht worden. Berücksichtigt habe man jeweils die ersten drei Trefferseiten der Suchmaschinenabfrage. In einem zweiten Schritt seien verschiedene Datenbanken nach denselben Schlagwörtern durchsucht worden: Blindekuh.de, Schulen-ans-netz.de, Bildungsserver.de, Bonnibonifatius.de, Interkindernet.de, Kinder.at, Canisius.de, Seitenstark.de, Urban.gmxhome.de, ein-netz-fuer-kinder.de. Aus den gefundenen Treffern habe man alle Angebote herausgefiltert, a) deren Zielgruppe auf Drei- bis Sechsjährige ausgerichtet sei, b) bei denen es sich um deutschsprachige Angebote handele, c) die für die Nutzer kostenfreie Angebote beinhalten.

Auf diese Weise seien 33 Angebote identifiziert worden, welche man in umfassende Wettbewerber und Wettbewerber in Teilbereichen unterteilt habe. Als **Wettbewerber in Teilbereichen** seien Angebote definiert worden, die inhaltlich stark produkt- oder themenbezogen seien, die eine geringe Angebotsbreite aufweisen und sich mit der Zielgruppe der Drei- bis Sechsjährigen nur gering überschneiden würden. Lediglich vier Angebote seien als **umfassende Wettbewerber** eingestuft worden, die sich ebenfalls an Vorschulkinder richteten und einen mit www.kikaninchen.de vergleichbaren Angebotsumfang aufwiesen. Diese Angebote seien einer weitergehenden qualitativen Analyse unterzogen worden.

Das Angebot *nickjr.de* des TV-Anbieters MTV Networks verknüpfe TV- und Onlineinhalte, enthalte Informationen, Spiele und Bastelvorlagen primär zu Zeichentrickformaten. Negativ bewertet wird, dass das Angebot ein gewisses Leseverständnis voraussetze und dass es Sponsoring und Werbehinweise enthalte. *Philip-maus.de* sei ein Verlagsangebot, dessen Navigation auch ohne Lesevoraussetzung funktioniere, indem es Symbole und Töne kombiniere. Kritisch sei, dass auf jeder Seite die Zeitschrift Philipp bestellbar sei. Bei *Kidsundco.de* handele es sich ebenfalls um ein Verlagsangebot, das zum Spielen, Malen, Basteln und Experimentieren anrege, aber ein

gewisses Leseverständnis voraussetze. Auch bei *spielzimmer-online.de* könne das Schriftmenü nur von den Eltern bedient werden.

*b) Stellungnahmen Dritter*

In den Stellungnahmen Dritter finden sich verschiedene Hinweise auf **methodische Mängel** bei der in der Angebotsbeschreibung vorgenommenen Abgrenzung der publizistischen Wettbewerber: Eine Marktanalyse mittels Suchanfrage und Berücksichtigung der ersten drei Treffer sei ungenügend (BDZV, VDZ). Der VDZ kritisiert, es müssten auch Listen empfohlener Onlineangebote für Kinder berücksichtigt werden. In allen eingegangenen Stellungnahmen der Wettbewerber wird die restriktive Marktdefinition als **willkürliche Marktverengung** kritisiert. In diesem Zusammenhang wird gefordert, dass zum einen **Bezahlangebote** ebenfalls zu berücksichtigen seien und zum anderen auch Angebote mit spezifischem Produkt- oder Themenfokus sowie mit allgemeinerer Zielgruppe zum Markt hinzuzurechnen seien (RTL, VPRT, BDV, VDZ). Grundsätzlich kritisch wird von den Verbänden VPRT, BDZV und VDZ auch bewertet, dass sich die Wettbewerberabgrenzung auf den Onlinemarkt beschränke, wohingegen marktliche Auswirkungen aber auch auf verbundene Märkte wie Print, TV, DVD oder Kinderbücher zu erwarten seien.

Die Bewertung der Qualität der vorhandenen Angebote ist nach Auffassung des BDZV ungenügend. Einig sind sich alle Wettbewerber, dass inhaltlich und qualitativ **vergleichbare Angebote bereits vorhanden** seien. Die vorhandenen Angebote verfügten zum Teil über medienpädagogische und edukative Konzepte (RTL, MTV, VPRT, VDZ) und förderten ebenfalls die Medienkompetenz (RTL, MTV, VPRT). Vorhandene Angebote verfügten ebenso über Interaktionsmöglichkeiten (RTL, MTV) und böten einen Elternbereich an (RTL, VPRT, VDZ). Nach Aussage von RTL zeige sich die Qualität des Angebots Toggolino Club beispielsweise durch zahlreiche Auszeichnungen.

*c) Kommentierung des Intendanten*

Der Intendant betont die Notwendigkeit, **zwischen dem ökonomischen und publizistischen Wettbewerb zu unterscheiden**. Während Pay-Angebote in Abhängigkeit von der Nutzerbefragung bei der Analyse des ökonomischen Wettbewerbs berücksichtigt werden könnten, seien Pay-Angebote als kostenpflichtige und damit nur zahlungsbereiten Kunden vorbehaltene Angebote nicht frei zugänglich. Bei der Analyse des publizistischen Wettbewerbs seien diese Angebote daher nicht zu berücksichtigen.

*d) Empfehlungen der mitberatenden Gremien*

Der Programmbeirat hält die methodische Abgrenzung für **sachgerecht**. Pay-Angebote seien aber durchaus in der Analyse des publizistischen Wettbewerbs zu berücksichtigen (Programmbeirat). Nach textlicher, systematischer und teleologischer Auslegung des Staatsvertrages kommt die GVK zu dem Ergebnis, dass bei der Analyse der „frei zugänglichen“ Angebote nur kostenfreie zu prüfen seien. Sie empfiehlt aber, **im Zweifel auch vergleichbare, entgeltfinanzierte Angebote** in die Abwägung einzubeziehen.

e) Weitere Sachverhaltsermittlung

Der Rundfunkrat hat als Grundlage zur Bewertung des publizistischen Beitrags von www.kikaninchen.de zwei Expertisen beauftragt. Der Sachverständige Burkhard Fuhs wurde im Rahmen seiner Expertise unter anderem um eine Überprüfung der in der Angebotsbeschreibung vorgenommenen **Analyse des publizistischen Wettbewerbs aus medienpädagogischer Sicht** gebeten. Fuhs kommt zu dem Ergebnis, dass die Wettbewerber grundsätzlich angemessen eingeteilt wurden. Die Quantität des vorhandenen Angebots sei vollständig erfasst worden. Allerdings seien auch Kinderseiten einbezogen worden, die für Vorschulkinder nur bedingt geeignet seien. Die Analyse eigne sich als Überblick über die Kindermedienlandschaft, sei in den Qualitätseinschätzungen allerdings relativ oberflächlich. Im Detail komme er daher zu anderen Bewertungen der Onlineangebote für Vorschulkinder. Der Gutachter fasst zusammen, dass nach seinen Recherchen lediglich 20 Anbieter hinsichtlich ihrer Vorschul-tauglichkeit in die engere Auswahl kommen, nach genauerer Prüfung seien **weniger als 10 Angebote überhaupt vorschulgeeignet**.

Fuhs entwickelt im Rahmen seiner Expertise, ausgehend von bereits vorliegenden Qualitätskriterien für Kinder-Onlineangebote, einen Kriterienkatalog zur Bewertung der Angebotsqualität aus medienspezifischer und pädagogischer Sicht (vgl. Abb. 1). Auf Basis dieses Kriterienkatalogs sowie den Bildungsplänen der Bundesländer vergleicht er die publizistische Qualität ausgewählter Internetangebote mit dem Angebotskonzept www.kikaninchen.de. In Absprache mit dem Rundfunkrat wurden hierfür das WDR-Angebot *Die Seite mit dem Elefanten*, der MDR-Webchannel *Figarino*, der entgeltpflichtige *Toggolino Club* von Super RTL, das Onlineangebot *Bussi Bär* des Pabel-Moewig-Verlags sowie das BBC-Angebot *CBeebies*<sup>20</sup> ausgewählt.

		<b>B. Vorschul-kriterien</b>			
		<b>B1 Kindgerecht</b>	<b>B2 Jugend-schutz</b>	<b>B3 Bildung</b>	<b>B4 Generatio-nale Bezüge</b>
<b>A. Internet-kriterien</b>	<b>A1 Legitimation</b>	Impressum kindgerecht?	Altersbezug der Seite erkennbar?	Welche Bildungsabsicht?	Ansprache der Eltern?
	<b>A2 Struktur</b>	Einfache, text-freie Struktur?	geschlossene Seite?	Bildung als durchgängiger Bereich?	Doppelte Struktur?
	<b>A3 Inhalt</b>	Interesse der Kinder?	Entwicklungsbeeinträchtigender Inhalt?	Anschlussfähigkeit? Medienbildung?	Elterninformationen?
	<b>A4 Technik</b>	vorschulgerechte Navigation?	Verlinkungen sicher?	PC-Bedienung lernbar?	Schutzsoftware?

**Abbildung 1: Kriterien zur Qualitätsbeurteilung von Internetseiten für Vorschulkinder.** In: Fuhs, Burkhard: Expertise im Rahmen des Drei-Stufen-Tests zum qualitativen Beitrag von www.kikaninchen.de zum publizistischen Wettbewerb, Juli 2009, S. 12.

<sup>20</sup> Das britische Angebot steht nicht im publizistischen Wettbewerb zu www.kikaninchen.de, wurde aber für den Vergleich der Möglichkeiten eines Vorschulportals herangezogen.

Die *Seite mit dem Elefanten* sei ein sich ausschließlich an Vorschüler richtendes, klar strukturiertes und bildungsorientiertes Angebot, das alle Bildungsbereiche durch Lernspiele oder Filmbeiträge bediene. Durch eine durchgängige Vertonung von Symbolen und Anleitungen (mit Ausnahme des Videoplayers) sei die Seite von den Kindern selbstständig zu bedienen. Neben einer Vielzahl von Filmen und verschiedenen Spielen gebe es Mal- bzw. Bastelanleitungen. Für Eltern biete ein optisch getrennter Bereich medienpädagogische Hinweise.

*Toggolino Club* sei ein Online-Angebot für 3-7-Jährige und spreche damit neben den Vorschulkindern auch Grundschüler an. Neben dem Angebot für Kinder gebe es auch ein optisch unterscheidbares Angebot für Eltern, in dem Spiele erklärt oder Informationen zum Angebot gegeben würden. Medienpädagogische Hinweise würden allerdings weitgehend fehlen. Das Angebot überzeuge insbesondere durch eine große Spielauswahl (ca. 150 Spiele), die alle Bildungsbereiche anspreche. Auf Grund dieses großen Spieleumfangs sei das Angebot allerdings für Vorschüler etwas unübersichtlich strukturiert, so dass die Eltern bei der Auswahl der Spiele helfen müssten. Die Spiele selbst würden weitgehend auditiv unterstützt. Überforderung junger Kinder werde durch Kompetenzdifferenzierungen vermieden. Besonders positiv bewertet Fuhs den Jugendschutz, indem das Angebot komplett auf externe Links verzichte.

*Bussi Bär* werbe ebenfalls mit einer wissenschaftlich fundierten und spielerischen Lernerorientierung, allerdings wird dies von Fuhs angezweifelt. Das Angebot biete nur eine sehr begrenzte Auswahl und daher relativ wenige frühkindliche Fördermöglichkeiten. Bemängelt wird zudem die textliche Kennzeichnung von Symbolen und Erläuterungen, so dass das Angebot nur mit Hilfe der Eltern genutzt werden könne. Stark kritisiert wird die mangelnde Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten. Es gebe zahlreiche externe Links, ohne dass vor dem Verlassen der Seite gewarnt werde. Ein Button zum Abschluss eines Zeitschriften-Abonnements werde blinkend hervorgehoben.

*Figarino* biete ebenfalls ein breites und vielfältiges Angebot v. a. aus dem Hörfunkbereich, welches jedoch eher unterhaltungs- und weniger bildungsorientiert sei. Auf Grund der sehr textlastigen Darstellung und einer Navigationsstruktur, die sich an Erwachsenen orientiere, sei das Angebot für Vorschulkinder weniger geeignet. Zudem gebe es zahlreiche Links in das Erwachsenenangebot des MDR.

Zusammenfassend stellt Fuhs zur Angebotsqualität der vorhandenen Angebote fest: „Inhaltlich sind vor allem Toggolino und die Seite mit dem Elefanten kindgerecht für die Zielgruppe gestaltet und können beide ohne Einschränkungen für 3-6-Jährige mit Gewinn genutzt werden.“<sup>21</sup>

Ergänzend zu den ausführlichen Detailanalysen der Fuhs-Expertise stellt das **Grimme-Institut** in Kurzform weitere Onlineangebote bewertend dar. Leider geht aus der Untersuchung nicht hervor, wie die Auswahl dieser Angebote erfolgte.

Die ARD-Seite [www.kinder.ard.de](http://www.kinder.ard.de) bündelt laut Grimme-Institut alle Kinderseiten der ARD. Allerdings sei nur ein geringer Teil vorschulgeeignet. Vorschulkinder seien auf

---

<sup>21</sup> Fuhs 2009: Expertise, S. 33.



die Unterstützung der Eltern angewiesen, da Lesefähigkeit vorausgesetzt werde. *Die Seite mit der Maus* sei umfangreich, aber wegen der nicht-selbsterklärenden Symbole nur mit Unterstützung der Eltern bedienbar. Übereinstimmend mit Fuhs bezeichnet das Grimme-Institut *Die Seite mit dem Elefanten* als gut gelungen und für Vorschüler geeignet. *Das Sandmännchen* biete neben Liedern, Malbildern, Bastelanleitungen sowie Rezepten auch Spiele, die allerdings in die eher schlichte Kategorie der „Jump & Run Games“ fallen würden, bei denen eine Figur Hindernissen ausweichen müsse. Weitere Angebote der ARD enthielten zwar für Vorschüler geeignete Bestandteile, aber keine eigenständigen Vorschulangebote. Auch das ZDF-Angebot *tivi* sei für Vorschüler nur begrenzt geeignet, der Fokus liege bei den 7-12-Jährigen.

Relativ kritisch bewertet wird die *Vorschulwelt* unter kika.de. Einige für Vorschüler geeignete Spiele ließen sich nicht aktivieren oder unterforderten selbst jüngste Kinder, die Malvorlagen seien wenig innovativ. Die Welt der Glücksbärchis passe in seiner Anmutung eher zu Super RTL. Positiv erscheint dem Gutachter das Angebot der Mitmach-Mühle, allerdings könnten die Bastelbögen nur gemeinsam mit den Eltern genutzt werden.

Auch der *Toggolino Club* ist nach Aussage des Grimme-Gutachters nur teilweise gut gestaltet, die Spiele seien hinsichtlich Einfallsreichtum und Animation eher schlicht. Das Angebot *Nick Jr.* übernehme zum Großteil Module aus den USA, welche an hiesige Bedingungen angepasst würden. Auch hier seien die Spiele eher schlicht. Umfangreich sei das Angebot an Malvorlagen und Basteltipps.

Die Online-Initiative des Innenministeriums Brandenburg *Kinderwache* sei eher spärlich animiert und zudem mit einer unangenehm schrillen Stimme unterlegt. *Flubidux* des Musik-Labels Phazz-a-delic sei eine gelungene Verbindung der Bereiche Optik und Akustik. *Eigelb* sei im Rahmen eines Projektes der Fachhochschule Köln entstanden und sei vom Inhalt zwar beschränkt aber sympathisch.

#### f) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Das methodische Vorgehen zur Bestimmung der publizistischen Wettbewerber, welches sich am Nutzungsverhalten von Eltern orientiert, ist für den Rundfunkrat **grundsätzlich nachvollziehbar**. Anders als der VDZ in seiner Stellungnahme darstellt, wurden in der vorgenommenen Analyse auch Linklisten berücksichtigt. Außerdem wurden nicht nur die ersten drei Treffer einer Suchanfrage ausgewertet, sondern die ersten drei Trefferseiten. Um solche Missverständnisse zu vermeiden, empfiehlt der Rundfunkrat, zukünftig eine absolute Anzahl von Treffern zu berücksichtigen.<sup>22</sup> Die Expertise von Fuhs bestätigt, dass die Quantität des vorhandenen Angebots vollständig erfasst wurde.

Sachgerecht erscheint es dem Rundfunkrat, Angebote auszuschließen, die sich nicht speziell an die Zielgruppe der Vorschüler richten. Fuhs legt glaubhaft dar, dass die junge Zielgruppe besondere Angebote benötige, die auf ihre Bedürfnisse, insbesondere hinsichtlich ihrer **fehlenden Lesekompetenz**, zugeschnitten seien. Angebote, die sich auf ein bestimmtes Thema fokussieren, sind zwar nicht grundsätzlich aus der Betrachtung des publizistischen Wettbewerbs auszugrenzen. Allerdings leisten diese Angebote in der Regel einen **kleineren publizistischen Beitrag** als breit auf-

---

<sup>22</sup> Im Rahmen der Bestandsüberführung kommt diese Modifizierung bereits zur Anwendung.

gestellte Angebote, die eine Vielzahl von Interessensbereichen abdecken. Der Rundfunkrat hat Fuhs in seiner Expertise gebeten, beispielhaft ein für Vorschulkinder geeignetes, aber in der Terminologie der Angebotsbeschreibung „monothematisches“ Angebot wie *Die Seite mit dem Elefanten* oder mit „Produktbezug“ wie *Bussi Bär* ebenfalls einer genaueren Analyse zu unterziehen.

Zum Zeitpunkt der Entscheidung über das geplante Angebot www.kikaninchen.de konnte noch keine abschließende juristische Klärung hinsichtlich der Frage, inwiefern kostenpflichtige Angebote ebenfalls frei zugänglich und damit in der Analyse des publizistischen Wettbewerbs zu berücksichtigen sind, herbeigeführt werden. Der Rundfunkrat hat sich daher entschieden, entsprechend der Empfehlung der GVK **Pay-Angebote** im Zweifelsfall auch ohne rechtliche Verpflichtung mit zu berücksichtigen. Dies ist aus Sicht des Rundfunkrats insbesondere dann erforderlich, wenn für Bezahlangebote marktliche Auswirkungen zu erwarten sind. Das Abonnementangebot Toggolino Club von SUPER RTL wurde deshalb in den beiden beauftragten Expertisen zum publizistischen Beitrag einer qualitativen Analyse unterzogen.

Die Frage, ob Produkte von verbundenen Märkten wie Print, TV, DVD oder Kinderbücher zu berücksichtigen sind, wird in Zusammenhang mit den prognostizierten marktlichen Auswirkungen erörtert.<sup>23</sup>

Die systematische Beurteilung der **Qualität von Onlineangeboten** steht nach Recherchen des MDR-Rundfunkrats **in der wissenschaftlichen Forschung noch ziemlich weit am Anfang**. Als Fazit nach mehr als zehn Jahren Qualitätsforschung definiert Rössler Qualität als „ein vieldimensionales Konstrukt, das je nach Beurteilungsgegenstand und je nach Perspektive des Beurteilenden unterschiedlich gemessen werden kann“.<sup>24</sup> Diese Definition umreißt das Dilemma der Qualitätsforschung. Für Fernsehen oder Printprodukte entwickelte Qualitätskriterien können nicht ohne Weiteres auf Internetangebote übertragen werden. Qualitätskriterien von Angeboten für Erwachsene sind zudem nicht einfach auf Kinderangebote anwendbar. Je nach Perspektive der bewertenden Instanz können zudem unterschiedliche Kriterien relevant sein. Meyer unterscheidet beispielsweise zwischen objektiver Qualität, welcher meritorische Aspekte zugrunde liegen und subjektiver Qualität, welche sich an Rezipientenpräferenzen orientiert.<sup>25</sup> Neuberger weist darauf hin, dass Qualität nicht nur eine Eigenschaft eines Medienprodukts ist, sondern sich aus dem Verhältnis der Nutzer zu diesem Angebot ergibt.<sup>26</sup> Kinder bewerten ein Angebot möglicherweise unter ganz anderen Gesichtspunkten als Redakteure, die das Angebot erstellt haben, oder als Vertreter der Medienaufsicht. Vlasic kommt zu dem Ergebnis, dass publizistische Qualität auf normativen Zielen beruhe. Demnach setzen sich Qualitätskriterien aus materiellen Eigenschaften und sozialen Normen darüber, wie ein Objekt idealer-

---

<sup>23</sup> Vgl. Kapitel 6.2.4.

<sup>24</sup> Rössler, Patrick: Qualität aus transaktionaler Perspektive. Zur gemeinsamen Modellierung von 'User Quality' und 'Sender Quality'. Kriterien für Onlinezeitungen, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.) (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 127.

<sup>25</sup> Vgl. Meyer, Alexa: Die Qualität der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich - mit Fokus auf das Nachrichtenangebot, Köln 2003.

<sup>26</sup> Vgl. Neuberger, Christoph: Qualität im Online-Journalismus, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 32-57.

weise beschaffen sein soll, zusammen.<sup>27</sup> Dies ist laut Quandt empirisch besonders schwer zu messen.<sup>28</sup> Nicht zu vernachlässigen ist auch die Frage, welches Gewicht einzelne Qualitätskriterien für die Bestimmung der Gesamtqualität erhalten sollen. So stellen Dahinden / Kaminski / Niederreuther fest, dass Anbieter nicht die Qualität ihrer Angebote insgesamt maximieren, sondern sich hinsichtlich zentraler Qualitätsmerkmale von ihren Konkurrenten zu unterscheiden versuchen.<sup>29</sup> Daraus folgt, dass die Relevanz verschiedener Qualitätskriterien einer Dynamik unterliegt, bei der sich die Qualität verschiedener Angebote hinsichtlich wesentlicher Merkmale einander angleicht. Insgesamt lässt sich der aktuelle Stand der Qualitätsforschung so zusammenfassen, dass die journalistische Qualitätsbeurteilung von Informationsangeboten in den Printmedien oder im Fernsehen zwar recht umfassend ist, es zur Qualität von Onlineangeboten und insbesondere zu Kinder-Onlineangeboten aber bislang kaum wissenschaftlich gesicherte Ergebnisse gibt. Auf Grund dieses noch rudimentären wissenschaftlichen Forschungsstandes hat sich der Rundfunkrat entschlossen, die eigenen Bewertungen durch unabhängige Expertisen zu ergänzen.

Die vorgelegten Expertisen belegen, dass es **bislang nur sehr wenige Onlineangebote gibt, die speziell auf die Bedürfnisse von Vorschulkindern ausgerichtet sind**. Aus pädagogischer Sicht lassen sich „gute“ Angebote dadurch beschreiben, dass sie auch ohne Lesefähigkeit weitgehend selbstständig genutzt werden können, möglichst viele verschiedene Bildungsbereiche ansprechen, interessant gestaltet sind und Kinder emotional ansprechen. Idealerweise sollte das Angebot unterschiedliche Schwierigkeitsstufen bieten, um Kinder weder zu überfordern noch zu langweilen. Externe Links sollten nur sehr sorgfältig verwendet werden. Redaktionelle Inhalte sowie Werbung sollten klar getrennt werden, obgleich Werbung auf Onlineseiten für Vorschulkinder generell ungeeignet erscheint.<sup>30</sup> Gestalterisch abgegrenzte Elternbereiche mit Hinweisen zur Internetnutzung ihrer Kinder vervollständigen ein umfassendes Angebot.

Das vorhandene publizistische Angebot für Vorschulkinder lässt sich zusammenfassend dahingehend charakterisieren, dass es zum Teil von Vorschülern nicht umfassend selbst bedient werden kann, da die Navigation eher auf Erwachsene ausgerichtet ist oder die fehlende Lesekompetenz der Zielgruppe nicht hinlänglich berücksichtigt ist. Andere Angebote decken auf Grund der inhaltlichen Fokussierung auf bestimmte Themen oder Sendungen einen eher begrenzten Bildungsbereich ab. Die Eltern als zusätzlicher Adressat von Vorschulangeboten werden nicht überall adäquat involviert. Bei einigen Angeboten ist eine kritische Vermengung kommerzieller Belange und redaktioneller Inhalte zu konstatieren.

---

<sup>27</sup> Vgl. Vlastic, Andreas: Über Geschmack lässt sich nicht streiten - über Qualität schon? Zum Problem der Definition von Maßstäben für publizistische Qualität, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 15-31.

<sup>28</sup> Vgl. Quandt, Thorsten: Qualität als Konstrukt. Entwicklung von Qualitätskriterien im Onlinejournalismus, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 58-79.

<sup>29</sup> Vgl. Dahinden, Urs; Kaminski, Piotr; Niederreuther, Raoul: 'Content is King' - Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Qualitätsbeurteilung aus Angebots- vs. Rezipientenperspektive, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 103-126.

<sup>30</sup> Zur Frage, ob Werbefreiheit als Qualitätsmerkmal zu werten ist, vgl. Kapitel 6.2.2.

Im folgenden Kapitel soll herausgearbeitet werden, ob und wodurch www.kikaninchen.de den vorhandenen publizistischen Wettbewerb bereichert.

## 6.2.2 Qualität des geplanten Angebots und meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote

### a) Angebotsbeschreibung

Laut Angebotsbeschreibung will sich das geplante Angebot www.kikaninchen.de an den speziellen Bedürfnissen von Vorschülern orientieren. Als positiver Beitrag zum publizistischen Wettbewerb werden die Vermittlung von **Computerkompetenz** sowie der ausführliche **Elternbereich**, der Informationen und Hilfestellungen bieten soll, bewertet. Vom vorhandenen Angebot soll sich www.kikaninchen.de durch die **redaktionelle Betreuung** durch pädagogisch geschulte Mitarbeiter unterscheiden. Ein besonderer Wert sei neben der starken Verknüpfung von Fernseh- und Onlinehalten auch die zeit- und ortssouveräne Abspielmöglichkeit von Sendungen über den integrierten Vorschulplayer. Vom vorhandenen Angebot unterscheide www.kikaninchen.de insbesondere, dass ein Schwerpunkt auf realen, nicht-animierten Inhalten liege, welche durch ihren deutschen und **europäischen Kulturhintergrund** nahe am Alltag und der Lebensrealität der Kinder seien. In der Angebotsbeschreibung wird auch betont, dass www.kikaninchen.de einen Beitrag zum **Erlernen der deutschen Sprache** in bisher nicht existierender Tiefe leisten und Vorschulkinder eventuell auch beim Lernen einer Fremdsprache unterstützen wolle. Hervorgehoben wird schließlich auch der Schutz der Kinder vor Werbung und kommerziellen Interessen sowie die Zugänglichkeit für alle sozialen Schichten, wodurch insbesondere auch Migrantenkinder besonders gefördert werden sollen.

### b) Stellungnahmen Dritter

Der VZD bemängelt, dass die eher **vage Angebotsbeschreibung** keine hinlängliche Bewertung des geplanten Angebots ermögliche.

Kritisiert wird in den meisten Stellungnahmen, dass aus dem Vorhandensein umfassender Wettbewerber keine Schlussfolgerungen bezüglich der Notwendigkeit eines weiteren Angebots gezogen werden. Zudem sei die **Abgrenzung** zu bereits vorhandenen öffentlich-rechtlichen Angeboten, aber auch die Abgrenzung der beiden geplanten Angebote www.kikaninchen.de und KI.KAplus zueinander ungenügend (RTL, VPRT, VDZ).

Einig sind sich alle Wettbewerber, dass das geplante Angebot **keinen publizistischen Mehrwert** gegenüber den vorhandenen Angeboten aufweise. Es handele sich lediglich um eine Kopie eines bereits vorhandenen Angebots (RTL, MTV, VPRT). RTL führt umfassend aus, dass www.kikaninchen.de ein **Plagiat** des seit Jahren erfolgreichen Toggolino Club für Vorschulkinder sei. Nick Jr. könne ebenfalls als ein mit www.kikaninchen.de vergleichbares Angebot betrachtet werden (MTV).

Kritik wird in allen eingegangenen Stellungnahmen der Wettbewerber an der Ausweisung von **Werbefreiheit** als einem besonderen Qualitätskriterium geübt. Die Unterschiede in der Finanzierungsgrundlage dürften nicht zur Qualitätsbewertung herangezogen werden, da ansonsten jedes öffentlich-rechtliche Angebot per se einen Mehrwert aufweise. Dahingegen hebt UNICEF in seiner Stellungnahme hervor, dass

Werbe- und Kostenfreiheit von Kinderangeboten ein besonderer Wert sei und bei der Auswahl eines Angebots durch die Eltern ein entscheidendes Nutzungskriterium sein könne.

c) Kommentierung des Intendanten

Der Intendant weist den Vorwurf zurück, die Angebotsbeschreibung erlaube keine Bewertung des geplanten Angebots. Das auf mittlerem Abstraktionsniveau beschriebene Konzept ermögliche es Wettbewerbern hinreichend, sich auf die mögliche Konkurrenz einzustellen.

Er versichert, dass das geplante Angebot einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leistet und führt hierzu die bereits in der Angebotsbeschreibung genannten Qualitätsargumente detaillierter aus. Als **inhaltliches Qualitätskriterium** wird zum einen die Vielfalt an Inhalten, Genres, journalistischen Formen genannt. Das Angebot biete vielfältige Anreize zur Verarbeitung von Sendungsinhalten. Durch die gemeinsame Nutzung des Angebots durch Eltern und ihre Kinder werde die Kommunikation innerhalb der Familie gefördert. Die kontextsensitive Elternhilfe leiste hierbei wertvolle Hilfe. Medienkompetenz soll neben dem Mastrainer v. a. durch die Möglichkeit der aktiven Teilnahme am redaktionellen Gestaltungsprozess sowie durch medienpädagogische Begleitinformationen für die Eltern gefördert werden. Als **strukturell-normative Qualitätskriterien** werden neben den pädagogisch geschulten Mitarbeitern insbesondere die wissenschaftliche Begleitforschung und Beratung hervorgehoben. Zudem wolle man den hohen Qualitätsstandards des Erfurter Netcode entsprechen. Werbefreiheit sei ein Qualitätskriterium insbesondere auch deshalb, weil werbefinanzierte Angebote in ihrer Gestaltung wirtschaftlichen Zwängen unterlägen.

Zum Plagiatsvorwurf weist der Intendant darauf hin, dass es im deutschen Urheber- und Wettbewerbsrecht **keinen Format- oder Ideenschutz** gebe. In Form und Gestalt werde sich www.kikaninchen.de deutlich von Toggolino unterscheiden. Zudem plane man mit www.kikaninchen.de eine starke Verknüpfung zum linearen Fernsehen, während bei Toggolino schwerpunktmäßig Spiele angeboten würden.

d) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Die mitberatenden Gremien sind sich einig, dass www.kikaninchen.de einen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leistet. Dies gelte auch bei Berücksichtigung von Pay-Angeboten, so der Programmbeirat. Es handele sich bei www.kikaninchen.de zudem nicht um eine Imitation kommerzieller Angebote (ZDF-Fernsehrat, Programmbeirat), sondern es **unterscheide sich in wesentlichen Punkten** von bereits vorhandenen Angeboten. So sei die **medienpädagogische Begleitung** des Angebots durch die Zusammenarbeit mit dem Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI ebenso zu begrüßen wie ein **Medienpaket** für Eltern mit allgemeinen Empfehlungen zur Mediennutzung ihrer Kinder. Der Programmbeirat betont, dass sich das öffentlich-rechtliche Angebot vollständig auf die medienpädagogische Ausgestaltung des Angebots konzentrieren könne, während werbefinanzierte Angebote immer auch die weiterführenden Vermarktungsmöglichkeiten ihrer Produkte im Blick haben müssten. Insgesamt bereichere www.kikaninchen.de das vorhandene Angebot mit Lehr- und Lerninhalten, fasst der ZDF-Fernsehrat zusammen.

Zur Frage des Umgangs mit der **Werbefreiheit** als Qualitätskriterium stellen ZDF-Fernsehrat und Programmbeirat fest, dass dies ein wichtiges Qualitätskriterium sei. Werbefreiheit wird von der GVK bei Angeboten für Kinder ausnahmsweise als besonderes Qualitätsmerkmal gesehen. Der Programmbeirat weist darauf hin, dass werbefinanzierten Angeboten ein anderes Grundkonzept zugrunde liege. Es gehe darum, TV- und Onlineangebote sowie Werbeflächen optimal miteinander zu verknüpfen. So gebe es beispielsweise einen sehr starken Zusammenhang zwischen Disney-Sendungen und entsprechender Produktwerbung.

Hinsichtlich möglicher Doppelungen zwischen öffentlich-rechtlichen Angeboten merkt die GVK an, dass es sich bei dem in www.kikaninchen.de integrierten Vorschulplayer lediglich um eine **Verlinkung** zu den unter KI.KAplus vorgehaltenen Inhalten handle. Das Vorhandensein öffentlich-rechtlicher Kinderangebote schließe die Veranstaltung eines weiteren Angebotes zudem nicht grundsätzlich aus.

Die Qualität des geplanten Angebots sieht die GVK insbesondere in dem **engen Bezug zum linearen Programm** des KI.KA, welches die Jugendschutzbestimmungen und die Grundsätze der ARD-Leitlinien umsetze. Die Qualität des linearen KI.KA-Programms sei durch Auszeichnungen und wissenschaftliche Untersuchungen mehrfach bestätigt worden. Zusammenfassend empfiehlt die GVK, mit dem geplanten Angebot auch weitere entwicklungsrelevante Fähigkeiten zu fördern, **zu anderen Möglichkeiten der Freizeitgestaltung anzuregen** und die inhaltliche Gewichtung des Angebots daraufhin regelmäßig zu überprüfen.

#### e) Weitere Sachverhaltsermittlung

Fuhs weist in seiner Expertise zunächst auf die Schwierigkeit hin, ein noch nicht umgesetztes Angebotskonzept mit bereits bestehenden Angeboten, deren Gestaltung im Detail überprüft werden kann, zu vergleichen. Trotz dieser Problematik arbeitet er aber verschiedene Aspekte heraus, bei denen sich das geplante Angebot gemäß konzeptioneller Beschreibung positiv vom vorhandenen Angebot unterscheiden werde. Die tatsächliche Qualität sei letztendlich aber erst nach erfolgter Umsetzung überprüfbar.

Dem Gutachter zufolge leistet das geplante Angebot einen wichtigen **Beitrag für die neue frühpädagogische Bildungsorientierung und das informelle Lernen:**

„Es stellt auf einem neuen Niveau pädagogisch wertvolle Bildungsinhalte für die Zielgruppe zur Verfügung. Insbesondere sind hier zu nennen der Bezug zur Alltagsrealität der Kinder, die unterschiedlichen Themen und Anwendungen, die Sprachförderung und der Bezug auf die kulturelle Vielfalt Europas, die Anschlussfähigkeit der Lern- und Bildungsangebote zur Schule sowie zum Elementarbereich. Auch die Anregungen von Spiel- und Aktivitätsformen außerhalb des Bildschirms stellen eine besondere Qualität der Konzeption dar.“<sup>31</sup>

Fuhs führt weiter aus, dass sich www.kikaninchen.de insbesondere durch die geplante **Angebotsbreite** auszeichne:

---

<sup>31</sup> Fuhs 2009: Expertise, S. 3.

„Während bei den anderen Angeboten Spiele im Vordergrund stehen, setzt www.kikaninchen.de auch auf eine spielerische Umsetzung unterschiedlicher kinderrelevanter Themen und Nutzungsformen (Wissen aneignen, gestalten, erzählen, kommunizieren, spielen, präsentieren). Diese Modi finden sich in Ansätzen auch bei Toggolino und den anderen Angeboten, aber nicht in der geplanten Breite und Qualität.“<sup>32</sup>

Neu sei bei www.kikaninchen.de auch die **Tiefe der Sprachförderung**, die angestrebt werde. Bisherige Angebote gingen eher in die Breite des Angebots. Allerdings, schränkt Fuhs ein, beschreibe das Angebotskonzept nur begrenzt, wie die Tiefe der Sprachförderung erreicht werden solle. Positiv bewertet Fuhs auch die Pläne des KI.KA, mit www.kikaninchen.de Fremdsprachenkenntnisse vermitteln zu wollen. Bei Toggolino sei dies in Ansätzen zwar vorhanden, könne aber durchaus weiter ausgebaut werden.

Die Möglichkeit, sich selbst durch eigene Beiträge im Angebot zu präsentieren, ist laut Fuhs ebenfalls ein besonderer Wert, da der Nutzer hierdurch aktiv eingebunden werde. Diese Möglichkeit finde sich außer im Angebotskonzept von www.kikaninchen.de bisher bei keinem der untersuchten Anbieter.

Positiv hervorzuheben sei auch der Elternbereich von www.kikaninchen.de, der **umfassende medienpädagogische Hilfestellungen** bieten solle. Der Elternbereich von Toggolino Club beinhalte eine Beschreibung zur Handhabung der Seite, ausführliche Erklärungen zu den Spielinhalten, Informationen zum Club sowie ein Kontrollcenter, das die Lernerfolge der Kinder dokumentiere, biete aber wenig medienpädagogische Handreichungen.

Bisher gebe es noch kein wirklich **barrierefreies Angebot** für Vorschulkinder. Es sei daher sehr zu begrüßen, dass www.kikaninchen.de barrierefrei gestaltet werden solle. Fuhs weist jedoch auch darauf hin, dass sich die „Barrierefreie Informationstechnik Verordnung“ (BITV), an der sich das geplante Angebot orientieren wolle, Empfehlungen für Erwachsene ausspreche. Für Kinder seien diese anzupassen. Die bisherigen Erfahrungen hätten gezeigt, wie schwierig es sei, Internetangebote für Kinder barrierefrei zu gestalten.

Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt Fuhs bei der geplanten Förderung von Kindern mit Migrationshintergrund. Das sei in dieser Form noch bei keinem Angebot vorhanden und daher sehr erstrebenswert. Aber auch hier lasse das Angebot offen, wie dies erreicht werden solle. Er gibt insbesondere zu bedenken, dass auf Grund der doppelten Adressierung des Angebots auch die Eltern mit Migrationshintergrund und möglicherweise mangelnden Deutschkenntnissen adäquat in das Angebot eingebunden werden müssten.

Ein **werbefreies Angebot** sei bei Vorschulkindern uneingeschränkt zu befürworten, da Kinder im Vorschulalter nicht in der Lage seien, zwischen redaktionellen Inhalten und Werbung zu unterscheiden und die Absicht von Werbung zu verstehen. Sowohl Toggolino Club als auch Die Seite mit dem Elefanten seien wie www.kikaninchen.de werbefrei und somit empfehlenswert.

---

<sup>32</sup> Fuhs 2009: Expertise, S. 33.

Das Grimme-Institut legt in seiner Expertise zu der Frage, ob es sich bei www.kikaninchen.de um eine Kopie von Toggolino handle, dar, dass sich Parallelen und Überschneidungen von Angeboten, die sich an dieselbe Zielgruppe richten, nicht vollständig vermeiden lassen. Dies gelte insbesondere für die Zielsetzungen des Angebots. Www.kikaninchen.de **unterscheide sich aber in verschiedenen Aspekten von Toggolino Club**, unter anderem durch die redaktionelle Betreuung durch geschulte Mitarbeiter und die Sprachförderung insbesondere für Kinder mit Migrationshintergrund.

Der Rundfunkrat hat den Intendanten um eine genauere **Abgrenzung** von www.kikaninchen.de **gegenüber den vorhandenen öffentlich-rechtlichen Angeboten** gebeten. Die Geschäftsführung stellt in einem Schreiben vom 26.06.09 heraus, dass www.kikaninchen.de ein Portal sei, auf dem die Inhalte mehrerer Sendungen gebündelt würden. Ebenfalls um Portale handle es sich lediglich bei Checkeins, Kindernetz, BR-Kinderinsel und tivi. Die zweite unterscheidungsrelevante Dimension sei der Angebotsumfang hinsichtlich Menge und inhaltlicher Breite. Nur Käpt'n Blaubär, Die Seite mit der Maus, Kindernetz, BR-Kinderinsel und tivi weisen demnach einen mit www.kikaninchen.de vergleichbaren Angebotsumfang auf. Schließlich würden sich die Angebote auch hinsichtlich der Zielgruppe unterscheiden. Sandmann.de, Sesamstrasse.de sowie Die Seite mit der Maus richteten sich ebenfalls an jüngere Kinder, obgleich die Angebote für Vorschüler nicht ohne Hilfe der Eltern navigierbar seien. Daraus wird abgeleitet, dass keines der vorhandenen öffentlich-rechtlichen Angebote speziell für Vorschüler geeignet, im Angebotsumfang mit www.kikaninchen.de vergleichbar und ebenfalls ein Portal sei.

Außerdem hat der Rundfunkrat um eine Erläuterung gebeten, wie Überschneidungen und **Doppelungen zwischen den öffentlich-rechtlichen Angeboten**, insbesondere auch zwischen den geplanten Angeboten www.kikaninchen.de und KI.KAplus vermieden werden sollen. Die Geschäftsführung führt hierzu aus, dass www.kikaninchen.de als „Dachmarke für alle öffentlich-rechtlichen Vorschulangebote“<sup>33</sup> fungiere und diese verlinke. Durch diese Verlinkungen sei sichergestellt, dass Inhalte nicht doppelt vorgehalten würden und somit auch keine doppelten Kosten anfielen. Überschneidungen würden so größtenteils vermieden.

f) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Die Bewertung der **Qualität eines noch nicht umgesetzten Konzeptes** im Vergleich zum vorhandenen Angebot ist zwangsläufig mit einer gewissen Unwägbarkeit verbunden. Fuhs bringt in seiner Expertise sehr deutlich zum Ausdruck, dass sich die tatsächliche Qualität eines Angebots erst in der konkreten Umsetzung der im Konzept genannten Ziele zeige. Der Rundfunkrat merkt hierzu kritisch an, dass die Beschreibung der Ziele im Angebotskonzept zu www.kikaninchen.de breiten Raum einnimmt, während die konkrete Ausgestaltung des geplanten Angebots zum Teil recht vage bleibt, auf Nachfrage des Rundfunkrats jedoch ausführlicher erläutert wurde. In der Gesamtbeurteilung auf Basis aller vorgelegten Informationen zur inhaltlichen Ausrichtung und Zielsetzung des neuen Angebots sowie der Analyse der vorhandenen Angebote ist der Rundfunkrat aber zu der Überzeugung gelangt, dass www.kikaninchen.de einen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leisten wird.

---

<sup>33</sup> Antworten des Intendanten vom 26.06.09.



In der Angebotsbeschreibung wurde die **Werbefreiheit** des Angebots besonders hervorgehoben, da man Kindern mit dem geplanten Angebot so einen „Schutz vor Werbung und kommerziellen Interessen“ biete<sup>34</sup>. Diese Argumentation wurde von den Wettbewerbern deutlich kritisiert. Nach Auffassung des Rundfunkrats ist Werbefreiheit für die Genehmigung eines neuen öffentlich-rechtlichen Telemedienangebotes grundsätzlich nicht entscheidungsrelevant, da dies bereits staatsvertraglich festgelegt und daher nicht zur Charakterisierung eines besonders qualitätvollen Angebots geeignet ist. Allerdings weist der Rundfunkrat darauf hin, dass es sich bei Kindern im Vorschulalter um eine besondere Zielgruppe handelt, die erwiesenermaßen nicht zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung unterscheidet, da sie die Absicht von Werbung noch nicht versteht:

„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.“<sup>35</sup>

Werbefinanzierte Angebote für Vorschulkinder sind aus Sicht von Medienpädagogen aus diesem Grund nicht zu empfehlen und leisten somit einen geringeren Beitrag zum publizistischen Wettbewerb als werbefreie Angebote. Der Rundfunkrat würdigt in dem vorliegenden Genehmigungsfall Werbefreiheit daher **ausnahmsweise als ein Qualitätskriterium**. Andererseits darf in diesem Zusammenhang nicht übersehen werden, dass es bereits mehrere werbefreie Angebote für Vorschulkinder gibt. Werbefreiheit ist daher kein Alleinstellungsmerkmal von www.kikaninchen.de und reicht als alleiniges Qualitätsmerkmal nicht aus. Www.kikaninchen.de ergänzt nach Überzeugung des Rundfunkrats den publizistischen Wettbewerb aber in weiteren Aspekten.

In den Stellungnahmen Dritter wurde mehrfach angeführt, dass www.kikaninchen.de keinen Mehrwert gegenüber dem vorhandenen Angebot aufweise, da es bereits mehrere öffentlich-rechtliche Telemedien für Vorschulkinder gebe. Anders als andere öffentlich-rechtliche Vorschulangebote, welche sich lediglich auf eine einzige Sendung beziehen, handelt es sich bei www.kikaninchen.de jedoch um ein **Portal** speziell für Vorschulkinder, das ein **breitgefächertes Spektrum an Inhalten und Nutzungsformen** anbietet. Neben verschiedenen Lernspielen soll es zahlreiche Anregungen zu Aktivitäten jenseits des Computers wie Bastel- und Malvorlagen und verschiedene Kommunikations- bzw. Interaktionselemente geben. Es sollen zudem Videos angeboten werden, die über den Vorschulplayer abgerufen werden können.<sup>36</sup> Fuhs hat umfassend dargelegt, dass keines der bisher vorhandenen Angebote für Vorschüler eine vergleichbare Vielfalt an Inhalten und Nutzungsmodi bietet. Da laut Angebotsbeschreibung mit www.kikaninchen.de vor allem dem Bildungsauftrag entsprochen werden soll, geht der Rundfunkrat davon aus, dass alle angebotenen Spiele eine Bildungsfunktion erfüllen werden. Der Rundfunkrat bewertet auch positiv, dass sich die frühkindliche Förderung nicht nur auf Aktivitäten am Computer beschränkt, sondern www.kikaninchen.de auch zur **kreativen Gestaltung** mit anderen Materialien anregen soll.

---

<sup>34</sup> Angebotsbeschreibung S. 21.

<sup>35</sup> Feil, Christine; Decker, Regina; Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei 5- bis 12-jährigen Kindern, Wiesbaden 2004, S. 42.

<sup>36</sup> Antwort des Intendanten vom 26.06.09.

Ein besonders zu würdigendes Anliegen des geplanten Angebots ist die Vermittlung von **Medienkompetenz**. Der Rundfunkrat geht davon aus, dass hierbei nicht nur die Vermittlung technischer Fähigkeiten (Umgang mit der Maus, Upload-Funktionalitäten) im Mittelpunkt steht, sondern insbesondere auch der kritische Umgang mit dem Medium trainiert werden soll. Internetkompetenz zeichnet sich laut Feil / Decker / Gieger 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.“<sup>37</sup> Voraussetzung für die Vermittlung von Medienkompetenz ist dabei die selbstständige Nutzungsmöglichkeit eines Angebots.<sup>38</sup> Www.kikaninchen.de soll dies durch eine konsequente auditive Unterstützung des Angebots ermöglichen. Die Vermittlung von Medienkompetenz wird nach Auffassung des Rundfunkrats zudem durch eine kontextsensitive Hilfe für die Eltern, welche zur Kommunikation der Eltern mit ihren Kindern über die genutzten Inhalte anregen soll und hierdurch die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Angebot fördert, unterstützt. In diesem Zusammenhang stellt die **wissenschaftliche Begleitung** durch Medienpädagogen, wie auch von der GVK hervorgehoben, ein Indiz für die Qualität des Angebots dar. So wird nach Aussage des KI.KA das Internationale Zentralinstitut für Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) in die Konzeption des Elternbereiches eingebunden und berät den KI.KA zu Spielideen. Eltern und Pädagogen soll auch ein umfangreiches Medienpaket zur Verfügung gestellt werden.

Sowohl auf Seite der mitberatenden Gremien als auch innerhalb des MDR-Rundfunkrats wurde die Besorgnis geäußert, dass eine zu lange Internetnutzung für Kinder im Vorschulalter entwicklungsnachteilig wirken könne. Laut Expertise von Fuhs sollten Vorschulkinder nicht länger als 20 Minuten das Internet nutzen. Ein **Webwecker**<sup>39</sup>, der Kindern anzeigt, wie lange sie das Angebot entsprechend der Vorgaben der Eltern noch nutzen dürfen, bietet hier nach Überzeugung des Rundfunkrats einen gewissen Schutz und wird explizit begrüßt.

Hervorzuheben ist auch das Anliegen von www.kikaninchen.de, die sprachlichen Fähigkeiten von Vorschulkindern zu fördern. Laut Fuhs gibt es derzeit noch kein Angebot, welches **Sprachförderung** in vergleichbarer Tiefe anbietet. In diesem Zusammenhang befürwortet der Rundfunkrat, dass Kinder mit Migrationshintergrund besonders gefördert werden sollen. Folgt man allerdings den Ausführungen von Fuhs, sollte ein Vorschulangebot, das Kinder mit Migrationshintergrund hinlänglich erreichen will, auch die Eltern mit möglicherweise begrenzten Deutschkenntnissen berücksichtigen, da Vorschulkinder das Internet in der Regel in Begleitung ihrer Eltern nutzen. Der Rundfunkrat empfiehlt dem KI.KA daher, auch die Eltern mit Migrationshintergrund einzubeziehen.

Der Rundfunkrat geht davon aus, dass durch geeignete **Verlinkungen zwischen den öffentlich-rechtlichen Angeboten** eine mit zusätzlichen Kosten verbundene doppelte Vorhaltung von Inhalten weitgehend vermieden wird. Nach Auffassung des Rundfunkrates wurde schlüssig dargelegt, dass die in der geplanten Mediathek

---

<sup>37</sup> Feil, Christine; Decker, Regina; Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei 5- bis 12-jährigen Kindern, Wiesbaden 2004, S. 67.

<sup>38</sup> Vgl. Theunert, Helga; Demmler, Kathrin: Medien entdecken und erproben. Null- bis Sechsjährige in der Medienpädagogik, in: Theunert, Helga (Hrsg.): Medienkinder von Geburt an, München 2007, S. 91-118.

<sup>39</sup> Vgl. Antworten des Intendanten vom 26.06.09.

KI.KAplus vorgehaltenen Videos für Vorschulkinder mittels Verlinkung in [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) ohne weitere Kosten zugänglich gemacht werden.

RTL und VPRT haben in ihrer Stellungnahme geltend gemacht, dass [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) ein Plagiat erfolgreicher privater Angebote wie Toggolino Club sei. Der Rundfunkrat hat sich mit diesem Aspekt umfassend auseinandergesetzt. Anhand des in den Expertisen herausgearbeiteten Angebotsvergleichs von Toggolino Club und [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) gelangt der Rundfunkrat zu der Ansicht, dass sich [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) in der schwerpunktmäßigen Ausrichtung sowie in wesentlichen Angebotskomponenten **von Toggolino Club unterscheiden** wird. Toggolino Club ist mit ca. 150 Spielen primär als Spieleportal konzipiert. Auf Nachfrage des Rundfunkrats hat der Intendant dahingegen versichert, dass Spiele nur einen Teil des Angebotes und keinen Schwerpunkt von [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) darstellen. Die medienpädagogischen Informationen für Eltern sollen bei [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) umfangreicher sein als bei Toggolino. Ersten Designentwürfen zufolge wird sich das geplante Angebot auch in seiner Gestaltung deutlich von Toggolino Club abheben.

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.“<sup>40</sup> Ein Angebot wie [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de), das zur Auseinandersetzung mit verschiedenen gesellschaftlich relevanten Themen und Inhalten anregt, trägt somit zur **Meinungsbildung** bei, auch wenn dies bei Vorschulkindern primär auf spielerische und unterhaltsame Weise geschieht. Die Vermittlung von Medienkompetenz bereits ab Beginn der Mediennutzung ist zudem Voraussetzung für einen späteren kritischen Umgang mit Medien und für die Herausbildung eigener Standpunkte und Meinungen. In der Gesamtbetrachtung gelangt der Rundfunkrat auf Basis des vorgelegten Angebotskonzepts daher zu der Auffassung, dass sich [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) in der Summe seiner Angebotsmerkmale vom vorhandenen Angebot unterscheiden und somit **zum publizistischen Wettbewerb beitragen** wird.

Da die tatsächliche Realisierung der gesetzten Ziele erst nach Umsetzung des Angebots überprüft werden kann, wird sich der Rundfunkrat mit der konkreten Umsetzung des geplanten Angebots erneut befassen. Insbesondere ist darauf zu achten, dass entsprechend der Angebotsbeschreibung und der Ausführungen des Intendanten Spiele keinen Schwerpunkt des Angebots darstellen, dass allen Spielen eine Bildungsfunktion zugrunde liegt und dass das geplante Angebot eng mit dem linearen Vorschulprogramm verknüpft ist. Die Projektgruppe hat hierzu einen separaten Vorschlag zu einer **Evaluierung** des Angebots [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) nach drei Jahren erarbeitet, welcher dem Rundfunkrat ebenfalls zur Abstimmung vorliegt.

---

<sup>40</sup> Dorn, Rebecca: Pressekonkurrenz und Meinungsvielfalt, Hamburg 2004, S. 62.

### 6.2.3 Verweildauerkonzept des geplanten Angebots

Das in der Angebotsbeschreibung veröffentlichte Verweildauerkonzept wurde bereits in Kapitel 4.3 beschrieben. Die geplanten Verweildauern waren in den Stellungnahmen Dritter Gegenstand umfassender Kritik. Das Verweildauerkonzept wird daher einer gesonderten Bewertung durch den Rundfunkrat unterzogen.

Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag enthält in § 11d Abs. 1 den Auftrag an die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF, Telemedien anzubieten. Dieser Auftrag folgt direkt aus der Bestands- und Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.<sup>41</sup>

§ 11d Abs. 2 regelt die Grundsätze zur Verweildauer. § 11d Abs. 2 Ziff. 3 formuliert die Anforderungen, die für eine längere Verweildauer als sieben Tage zu erfüllen sind. Die Vorschrift verweist auf § 11f. Einzige zusätzliche Voraussetzung einer längeren Verweildauer ist demnach die (erfolgreiche) Durchführung eines Verfahrens nach § 11f, also eines Drei-Stufen-Tests. An den Drei-Stufen-Test werden in dieser Hinsicht inhaltliche Anforderungen gestellt. So ist in den Telemedienkonzepten angebotsabhängig eine Befristung für die Verweildauer vorzunehmen. Nicht sendungsbezogene, presseähnliche Angebote sind prinzipiell unzulässig. § 11d Abs. 2 Ziff. 3 steht zu § 11d Abs. 2 Ziff. 1 und 2 nicht in einem Regel-Ausnahme-Verhältnis. § 11d Abs. 2 regelt umfassend die Verweildauer für die Telemedien nach § 11d Abs. 1. Die Ziffer 3 der Vorschrift enthält nur eine zusätzliche Anforderung an die Prüfung einer längeren Verweildauer als sieben Tage.

Längere Fristen sind nach (erfolgreicher) Durchführung eines Drei-Stufen-Tests mit der in § 11d Abs. 2 Ziff. 1, 1. Halbsatz und Ziff. 2 geregelten Verweildauer von sieben Tagen gleichwertig. Andere Anforderungen an die Genehmigung einer längeren Verweildauer enthält der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag nicht. Die Begründung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag bestätigt diesen Befund. Es wird allein auf die Notwendigkeit der Durchführung eines Drei-Stufen-Tests im Sinne einer zusätzlichen Anforderung hingewiesen. Im Rahmen des Drei-Stufen-Tests sei in den Telemedienkonzepten angebotsabhängig eine Befristung für die Verweildauer eines Angebots vorzunehmen.<sup>42</sup> Hinweise auf einen „**Ausnahmecharakter**“ **längerer Fristen** als in § 11d Abs. 2 Ziff. 1 und 2 finden sich in der Begründung nicht und sind auch sonst **nicht ersichtlich**.

#### a) Stellungnahmen Dritter

RTL, VPRT und BDZV sprechen von einer unzulässigen, unrechtmäßigen **Überschreitung der gesetzlichen Vorhaltefrist von 7 Tagen**. Abweichungen von dieser 7-Tage-Frist müssten umfassend begründet werden. Die in der Angebotsbeschreibung gelieferte **Begründung** mit den Erfahrungswerten des KI.KA und der emotionalen Bindung von Kindern sei hier **nicht ausreichend**. Besonders Angebote mit hohen Produktionskosten sollten nur kurz vorgehalten werden, um faire Bedingungen zu schaffen, so RTL. Dahingegen weist UNICEF darauf hin, dass Kinder das Internet nicht täglich nutzen. Um einen umfassenden Zugang zu Informationen und Angebo-

---

<sup>41</sup> Bundesverfassungsgericht, Ständige Rechtsprechung, zuletzt Urteil vom 11.09.2007 (1 BvR 2270/05) Rn. 93.

<sup>42</sup> Begründung zum Zwölften Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge S. 17.

ten zu gewährleisten, sei daher eine **langfristige Vorhaltung** von Angeboten im Internet erforderlich.

b) Kommentierung des Intendanten

Der Intendant stellt fest, dass der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag mehrere **gleichrangige Varianten** der Beauftragung von Telemedien vorsehe. Der 7-Tage-Abruf sei bereits durch den Staatsvertrag beauftragt. Telemedienangebote mit einer abweichenden Verweildauer könnten nach Durchführung eines Drei-Stufen-Tests durch den Rundfunkrat genehmigt werden.

Die **redaktionell abgestuften Verweildauern** orientieren sich nach Aussage des Intendanten am Alter der Zielgruppe, dem Nutzwert und der Aktualität des Angebots.

c) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

GVK und Programmbeirat erklären, dass die im Rundfunkstaatsvertrag genannte **7-Tage-Frist nicht die Regel** sei, sondern Gremien im Rahmen eines Drei-Stufen-Tests auch längere Verweildauern genehmigen könnten.

Der ZDF-Fernsehrat betrachtet das Verweildauerkonzept als grundsätzlich sinnvoll, es entspreche den Bedürfnissen und Gewohnheiten von Eltern und Kindern. Der Programmbeirat hält die Darstellung der Verweildauern für sachgerecht und hinreichend begründet. Insbesondere die Verweildauer bis zu 24 Monate sei unter zielgruppenspezifischen und pädagogischen Gesichtspunkten überzeugend begründet. Dahingegen empfiehlt der ZDF-Fernsehrat, die **Notwendigkeit einer 24-monatigen Verweildauer zu präzisieren und zu vertiefen**. Die GVK erachtet das vorgesehene Verweildauerkonzept grundsätzlich in Übereinstimmung mit den besonderen Bedürfnissen der Zielgruppe. Allerdings befürwortet sie eine **Darlegung anhand medienpädagogischer Forschungsergebnisse**. In Hinblick auf die Interessen der Produzenten an einer DVD-Verwertung seien die Verweildauern vertretbar, da es sich bei Abrufangeboten um einen anderen Markt handele (ZDF-Fernsehrat).

d) Weitere Sachverhaltsermittlung

Die vom MDR-Rundfunkrat beauftragte Expertise von Burkhard Fuhs beschäftigt sich ebenfalls mit dem geplanten Verweildauerkonzept aus pädagogischer Sicht. Aus seiner Perspektive seien **möglichst lange Verweildauern von Kinderangeboten zu begrüßen**: „Das Internet bietet hier eine wichtige Vorraussetzung [sic!] einer kindorientierten und kindgesteuerten Repetition, die nicht durch zu kurze Verweildauern verschenkt werden sollte.“<sup>43</sup> Kinder würden sich emotional zudem stark an Medienfiguren binden. Zu berücksichtigen sei auch, dass generationsübergreifende Kommunikation besonders gefördert werde, wenn ältere Geschwister oder Eltern die von Vorschulkindern genutzten Angebote aus ihrer eigenen Kindheit kennen. Die Notwendigkeit einer langen Verweildauer bestätigt auch der Medienpädagoge Professor Bernd Schorb der Universität Leipzig, welcher vom Grimme-Institut befragt wurde.<sup>44</sup>

Den Hinweisen der Stellungnahmen Dritter sowie den Empfehlungen der mitberatenden Gremien folgend, hat der Rundfunkrat die Geschäftsführung um eine weitere

---

<sup>43</sup> Fuhs 2009: Expertise, S. 36.

<sup>44</sup> Vgl. Grimme-Institut 2009: Expertise.

Konkretisierung des Verweildauerkonzeptes sowie eine genauere Begründung der Notwendigkeit der vorgeschlagenen Verweildauern gebeten. Der Intendant führt dazu in seiner Antwort vom 26.06.09 aus, dass eine feinere Strukturierung der Inhalte nicht sinnvoll sei, da sich Unterhaltungs- und Wissens Elemente bei Kinderangeboten stark vermischen, so dass eine Einordnung der Sendungen in die jeweiligen Genres erschwert werde. Die im Verweildauerkonzept genannten Gruppen werden aber ausführlicher begründet. Auf erneute Nachfrage des Rundfunkrats wird die Begründung in der Antwort des Intendanten vom 15.07.09 weiter ergänzt. Als Kriterien für die Festlegung der konkreten Verweildauern durch die Redakteure werden Relevanz bzw. Nutzwert, Aktualität einer Sendung, Abfrageintensität/Nutzerverhalten, Alter, inhaltliche Nähe sowie Rechte und Kosten genannt.

e) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Anders als in den Stellungnahmen der privaten Wettbewerber dargelegt, ist eine **längere Verweildauer** als die bereits staatsvertraglich beauftragte 7-Tage-Frist erlaubt, wenn das Angebot im Rahmen eines Drei-Stufen-Tests genehmigt wird.

Sowohl die massive in den Stellungnahmen Dritter geäußerte Kritik am geplanten Verweildauerkonzept als auch das medienökonomische Gutachten, wonach die marktlichen Auswirkungen unter anderem von der vorgesehenen Verweildauer abhängen, hebt die besondere **Bedeutung der Verweildauer für die Stärke der marktlichen Auswirkungen** auf private Wettbewerber hervor. Auf der anderen Seite stellt die Expertise von Fuhs aber klar, dass **aus medienpädagogischer Sicht möglichst lange Vorhaltefristen zu befürworten** sind. Allerdings werden keine konkreten Zeiträume genannt.

Um diese unterschiedlichen Ansprüche bestmöglich miteinander in Einklang zu bringen, hat der Rundfunkrat das Verweildauerkonzept darauf hin zu prüfen, ob durch die Vorhaltefrist des geplanten Angebotes private Wettbewerber nur in dem Maße tangiert werden, wie es zum Erfüllen des öffentlich-rechtlichen Auftrags erforderlich ist. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass dem Rundfunkrat dargelegt wird, warum die genannte Verweildauer zum Erreichen der Ziele des Angebots erforderlich ist. Der Rundfunkrat stimmt mit den Stellungnahmen der Wettbewerber darin überein, dass die Angebotsbeschreibung die geplanten **Verweildauerkategorien nicht hinreichend begründet**. Allgemeine Verweise auf die besonderen Bedürfnisse der Zielgruppe, Erfahrungswerte oder Zuschauerwünsche reichen nicht aus. Diese Einschätzung wird von den mitberatenden Gremien geteilt. Der Rundfunkrat hat die Geschäftsführung daher um eine Konkretisierung und spezifischere Begründung des Konzepts gebeten. Zwar sind die daraufhin beim Rundfunkrat eingegangenen Erläuterungen deutlich umfangreicher, inhaltlich bleiben nach Meinung des Rundfunkrats aber weitere Fragen offen. So wird eine Verweildauer bis zu 24 Monate mit der besonderen Lernsituation von Vorschulkindern begründet, es wird aber nicht ausgeführt, warum dies nur auf die onlinespezifischen Darstellungsformen und user-generated-content zutrifft, während die Verweildauer von Abrufsendungen dem Verweildauerkonzept der geplanten Mediathek KI.KAplus entspricht, wo es keine solche Differenzierung speziell für Vorschüler gibt. Das Vorhalten von user-generated-content bis zu 24 Monate wird damit begründet, dass die Nutzung der Upload-Funktionen den aktiven Umgang mit dem Internet trainiere und dadurch Möglichkei-

ten, Grenzen und Risiken des Mediums verdeutliche.<sup>45</sup> Es wird jedoch nicht verständlich, warum diese Vermittlung von technischen Fähigkeiten und Medienkompetenz eine besonders lange Verweildauer erfordert. Möglicherweise würde eine kürzere Verweildauer sogar dazu anregen, häufiger neue Inhalte einzustellen. Der Rundfunkrat hätte es außerdem begrüßt, wenn er den Verweis auf Abrufzahlen von kika.de, wonach eigene Inhalte bis zu zwei Jahre lang genutzt werden, anhand konkreter Daten hätte überprüfen können. Nicht nachvollziehbar erscheint dem Rundfunkrat auch die Ablehnung der Geschäftsführung, die in der Angebotsbeschreibung genannten Kategorien weiter zu detaillieren. In diesem Zusammenhang erscheint es zumindest verwunderlich, dass im Rahmen der Überführung des Telemedienbestands kika.de<sup>46</sup> ein Telemedienkonzept vorgelegt wurde, welches differenziertere Verweildauerkategorien mit zum Teil abweichender Verweildauer abbildet. Auch wenn das Verweildauerkonzept von www.kika.de für das vorliegende Genehmigungsverfahren nicht entscheidungsrelevant ist, zieht es doch die Stichhaltigkeit der Begründung einiger Verweildauerkategorien von www.kikaninchen.de in Zweifel.

Dem Rundfunkrat erscheint die Konzeption des Verweildauerkonzepts insgesamt weitgehend intuitiv und **wenig auf wissenschaftliche Erkenntnisse oder konkrete Nutzungsdaten gestützt**. Der KI.KA begründet dies mit einem Mangel an empirisch gesicherten Erfahrungen. Der Rundfunkrat wird das Verweildauerkonzept daher auf Basis konkreter Abrufzahlen erneut überprüfen. Die Projektgruppe hat hierzu einen separaten Vorschlag zu einer **Evaluierung** des Angebots www.kikaninchen.de nach drei Jahren erarbeitet, welcher dem Rundfunkrat ebenfalls zur Abstimmung vorliegt.

Insbesondere die Verweildauer für Fernsehfilme und Spielfilme, Fernsehserien/ –reihen bzw. Mehrteiler, Nachrichten / aktuelle Sendungen, user-generated-content sowie onlinespezifische Darstellungsformen ist nach Ansicht des Rundfunkrates nicht hinreichend begründet. Unter Berücksichtigung der grundsätzlich nachvollziehbaren medienpädagogischen Erfordernis verlängerter Verweildauerzeiträume von Kinderangeboten wird die Verweildauer gemäß § 11d Abs. 2 Nr. 3 **abweichend vom geplanten Verweildauerkonzept wie folgt festgelegt**:

- Nicht angekaufte Fernsehfilme und Spielfilme: bis 3 Monate,
- Serielle Angebote / Fernsehserien oder –reihen bzw. Mehrteiler: bis 6 Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge<sup>47</sup>,
- Aktuelle Sendungen / Nachrichten: bis 7 Tage,
- Nutzergenerierte Inhalte / user-generated-content: entsprechend der Verweildauer des redaktionell veranlassten Inhalts, bei Communities bis 24 Monate,
- Onlinespezifische Darstellungsformen: entsprechend der Verweildauer des redaktionell veranlassten Inhalts, ansonsten bis 24 Monate.

Alle weiteren Kategorien bleiben unberührt.

---

<sup>45</sup> Vgl. Antworten des Intendanten vom 15.07.09.

<sup>46</sup> Kika.de wird seit 03.06.09 einem separaten Drei-Stufen-Test unterzogen.

<sup>47</sup> Die im ursprünglichen Verweildauerkonzept genannte Frist darf hierbei nicht überschritten werden.

## 6.2.4 Marktliche Auswirkungen des geplanten Angebots

### a) Angebotsbeschreibung

In der Angebotsbeschreibung wird auf eine Darstellung der marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots verzichtet, um eine doppelte Gutachterbeauftragung zu vermeiden. Der Intendant äußert sich zu den marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots in seiner Kommentierung vom 02.03.2009.

### b) Stellungnahmen Dritter

Grundsätzlich sei eine Marktdefinition über die Nachfragesubstituierbarkeit vorzunehmen (RTL, VPRT), während dem VDZ selbst diese kartellrechtliche Definition zu eng ist.

Die eingegangenen Stellungnahmen bringen deutlich zum Ausdruck, dass durch www.kikaninchen.de **negative marktliche Auswirkungen** für die privat-finanzierten Angebote befürchtet werden. Angesichts eines begrenzten Marktvolumens für Vorschulangebote und limitierten Zeitbudgets in der Mediennutzung von Vorschulkindern wird ein massiver Einbruch der Nutzer- bzw. Abonnentenzahlen der Onlineangebote befürchtet (RTL, MTV, VPRT). Vor allem entgeltfinanzierte Angebote seien nach Aussage von RTL, MTV und VPRT nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben. RTL prognostiziert beispielsweise einen Abonnentenrückgang des entgeltpflichtigen Angebots Toggolino Club von 40 bis 50%. Ebenso sei von einer **Minderung des Marktwertes** der Angebote und damit einhergehend von einer **sinkenden Refinanzierungsmöglichkeit** durch Werbung auszugehen (MTV, VPRT). Das geplante Angebot führe zu massiven **Marktverschiebungen** und einer deutlichen **Wettbewerbsverzerrung** (RTL, VDZ). Insgesamt bewerten die privaten Wettbewerber das geplante Angebot als **existenzgefährdend** für die etablierten Onlineangebote. Zudem werde der Markteintritt neuer privater Angebote behindert.

Das geplante Angebot www.kikaninchen.de habe, so die Argumentation des VPRT, nicht nur Auswirkungen auf der Nachfragerseite, sondern auch auf den Beschaffungsmarkt, da mit steigender öffentlich-rechtlicher Nachfrage auch die **Verhandlungsmacht** wachse.

### c) Marktliches Gutachten

Das methodische Vorgehen des Marktgutachtens orientiert sich an den in der Interessenbekundung ausgeschrieben Leistungsanforderungen und beruht auf den im damaligen Entwurf der Rundfunkmitteilung<sup>48</sup> genannten Prüfkriterien:

1. Identifikation der publizistischen Angebote, mit denen www.kikaninchen.de in Wettbewerb treten wird,
2. Identifikation und Analyse der zugehörigen Wettbewerber, die von dem Markteintritt von www.kikaninchen.de tangiert werden,
3. Markt- und Wettbewerbsanalyse ohne www.kikaninchen.de (statische Betrachtung) zur Beurteilung der aktuellen publizistischen und ökonomischen Konsumentenwohlfahrt auf dem betroffenen Teilemarkt (Feststellung des Status Quo als Ausgangsbasis für die Messung von Veränderungen),

---

<sup>48</sup> Die Endversion der Rundfunkmitteilung wurde zwischenzeitlich am 02.07.09 veröffentlicht.



4. Analyse der Gesetzmäßigkeiten und einzelnen Parameter, auf deren Basis der Wettbewerb in diesem spezifischen Teilmarkt funktioniert als Grundlage für die Ableitung von Simulationsmodellen zur „Berechnung“ der Auswirkungen,
5. Prognose der Veränderungen des Wettbewerbs im betroffenen Teilmarkt durch Markteintritt von www.kikaninchen.de (dynamische Betrachtung),
6. Ökonomische Bewertung der prognostizierten Veränderung der Konsumentenwohlfaht, die sich durch die Etablierung von www.kikaninchen.de ergeben wird.

Ausgehend von der Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs nehmen die Gutachter mit Hilfe eines **Hypothetischen Monopolisten-Tests** eine empirisch fundierte Abgrenzung des relevanten ökonomischen Marktes aus Nachfragersicht vor. Die Marktabgrenzung folgt dabei weitgehend der Methode der Europäischen Kommission. Während üblicherweise die **Nachfragesubstituierbarkeit** bei Veränderung des Preises geprüft wird, verwenden die Gutachter die Angebotsqualität (im Sinne der Angebotsbreite) als Prüfkriterium, da für das geplante Angebot kein Entgelt zu entrichten ist.<sup>49</sup> Die Nachfragesubstituierbarkeit wurde mit Hilfe einer **Conjoint-Analyse** erhoben. Dafür wurde eine Quotenstichprobe mit den Kriterien Alter, Geschlecht, Region gezogen. Befragt wurden die Eltern von Vorschulkindern, die das Internet nutzen. Die für statistisch signifikante Ergebnisse der Conjoint-Analyse notwendige Zahl von 2500 Meinungen wurde mit einer Fallzahl N=100 erreicht. Befragungszeitraum war der 12. bis 16.01.09. Die Befragung wurde als WAPI (web-assisted personal interview) durchgeführt.

Die Marktabgrenzung aus Nachfragersicht ergibt, so die Gutachter, dass sowohl werbefreie als auch werbefinanzierte Angebote, umfassende Angebote und Angebote in Teilbereichen sowie teilweise Pay-Angebote zum **sachlich relevanten Markt** zu rechnen sind. Hinsichtlich der Pay-Angebote lasse sich keine eindeutige Marktabgrenzung vornehmen, da hierfür Daten privater Wettbewerber erforderlich seien, welche den Gutachtern innerhalb einer gesetzten 10-Tage-Frist nicht übermittelt worden seien. Pay-Angebote würden in der weiteren Analyse zugunsten der Wettbewerber jedoch ebenfalls berücksichtigt. Als räumlich relevanter Markt sei der deutschsprachige Raum ermittelt worden.

Auf Basis des Bedarfsmarktkonzepts wird anschließend anhand der Kriterien Verwendungszweck, Eigenschaften und Preis geprüft, ob Onlineangebote für Vorschulkinder durch Fernsehen, DVDs, Zeitungen und Zeitschriften substituierbar und somit ebenfalls zum sachlich relevanten Markt zu rechnen sind. Die Prüfung ergebe, dass diese Medien nicht zum sachlich relevanten Markt zu zählen seien, da sie sich in Eigenschaften und Verwendungszweck von Onlineangeboten unterscheiden. Beispielsweise fehle diesen Angeboten die Interaktivität, die ein spielerisches Lernen auf Basis eines multimedialen und interaktiven Angebots ermögliche. Onlineangebote erforderten eine stärkere Aktivität als das eher passiv rezipierte Fernsehangebot, müssten vor ihrer Nutzung aber nicht erst ausgeliehen oder gekauft werden, wie dies bei DVDs der Fall sei. Diese Medien berücksichtige man im Rahmen der **Analyse verbundener Märkte**.

Vor der Analyse der marktlichen Auswirkungen auf den nachgelagerten Markt der Nutzeraufmerksamkeit und dem damit verbundenen Werbe- und Paymarkt prüfen die

---

<sup>49</sup> Die Rundfunkgebühr ist hierbei nicht als spezifisches Angebotsentgelt zu betrachten.

Gutachter die Auswirkungen auf den Beschaffungs- und Infrastrukturmarkt. Den Angaben des KI.KA zufolge betrage der Beschaffungsaufwand für www.kikaninchen.de im Jahr 2009 1,4% des Gesamtaufwands des KI.KA. Bis 2011 werde der finanzielle Aufwand für Onlineangebote nach Prognosen des KI.KA nicht mehr als 4% des Gesamtbudgets von KI.KA ausmachen. Das Online-Angebot werde nach Schätzungen der Gutachter **auf dem Beschaffungsmarkt daher nur sehr geringe Auswirkungen** zeigen. Da das Fernsehen das dominante Medium bleiben werde, seien auf dem Markt für die Verbreitung von Fernsehinhalten keine Veränderungen zu erwarten. Positiv beeinflusst werde durch eine wachsende Zahl attraktiver Online-Inhalte allerdings der Markt für Breitband-Internetzugänge.

Die Marktgutachter stellen im nächsten Schritt den bestehenden ökonomischen Markt dar und arbeiten verschiedene Angebotsparameter heraus, welche in der Simulation der Marktveränderungen durch den Eintritt von www.kikaninchen.de zu berücksichtigen sind. In das Simulationsmodell gehen auch die mit der Conjoint-Analyse erhobenen Substitutionsreaktionen der Nachfrager ein. Dieses Basismodell des sachlich relevanten Marktes ohne das geplante Angebot wird unter Konstanz aller anderen Attribute durch den Markteintritt von www.kikaninchen.de erweitert. Sowohl für das Modell ohne als auch das modifizierte Modell mit dem geplanten Angebot werden jeweils die Nutzungswahrscheinlichkeiten (Share of preference) der verschiedenen Angebotsformen bzw. Geschäftsmodelle berechnet. Der Markteintritt von www.kikaninchen.de wird nach diesen Berechnungen zu einem **relativen Nutzerrückgang bei den privaten Anbietern um 15,53%** führen. Das Modell gehe dabei von einer zeitlich unbegrenzten Verweildauer des geplanten Angebots aus. Der tatsächliche Nutzerrückgang sei somit geringer. Das entgeltpflichtige Vorschulportal Toggolino habe gegenwärtig eine sehr starke Marktposition und liege bei den Visits 45% vor dem Vorschulbereich von kika.de. Der unmittelbare Wettbewerber Toggolino Club werde daher trotz des prognostizierten Reichweitenrückgangs immer noch 35% vor der zu erwartenden Reichweite von www.kikaninchen.de liegen. Um zu überprüfen, ob private Angebote durch den zu erwartenden Nutzerrückgang unrentabel werden, wird der Kostendeckungsgrad von Free-TV-Programmen aus dem Jahr 2006 auf den Onlinemarkt übertragen. Bei einem geschätzten Kostendeckungsgrad von 35% seien die privaten Angebote **auch bei einem Umsatzrückgang um 15,53% noch wirtschaftlich** zu betreiben. Für eine Verfeinerung dieser Schätzung seien die Gutachter auf Datenlieferungen der privaten Wettbewerber angewiesen.<sup>50</sup>

Dieser Effekt sei in der langfristigen Analyse zu relativieren und werde sich **im Laufe der Zeit abschwächen**, „da auch die privaten Wettbewerber im wachsenden Markt verstärkt expandieren werden.“<sup>51</sup> Die Gutachter gehen von einem starken Wachstum des Onlinemarktes für Vorschulkinder aus, da bislang erst weniger als jedes fünfte Vorschulkind das Internet nutze. Der Online-Werbemarkt werde bis 2011 um 67% wachsen, eine ähnliche Tendenz sei auch für den Kinderbereich zu erwarten. In diesen wachstumsstarken Markt werden nach Prognosen der Gutachter zahlreiche neue Anbieter mit innovativen Produkten hinzutreten und den Wettbewerb intensivieren. Private Wettbewerber werden, so die Gutachter weiter, in diesem Wachstums-

---

<sup>50</sup> Super RTL hat sich im Laufe des Verfahrens bereit erklärt, die benötigten Daten den Gutachtern nachzuliefern. Die Ergebnisse wurden anhand dieser Unternehmensdaten im Wesentlichen bestätigt. Vgl. hierzu Abschnitt „Weitere Sachverhaltsermittlung“ in diesem Kapitel.

<sup>51</sup> Hildebrand / Böge: Marktliches Gutachten, S. 128.

markt bleiben und sich mit verbesserter Qualität dem zunehmenden Wettbewerb stellen. Der Markt für Pay-Angebote sei mit etwa 4% des Online-Werbemarktes deutlich kleiner. Sich auf eine Studie zur Zahlungsbereitschaft europäischer Online-Nutzer stützend, gehen die Gutachter von einer wachsenden Zahlungsbereitschaft für Online-Inhalte aus, wodurch sich die Umsätze bis 2013 verdoppeln würden. Auch hier nehmen die Gutachter daher an, dass sich private Anbieter dem Wettbewerb stellen werden.

Die Gutachter erwarten nur sehr **geringe Auswirkung auf die verbundenen Märkte**. So ersetze die junge Generation das Fernsehen generell zunehmend durch das Internet. Online-Videos und DVDs ergänzten einander auf Grund funktionaler Unterschiede. Marktliche Effekte auf den DVD-Absatz seien vielmehr durch generelle Nutzungsveränderungen bedingt. Printprodukte für Kinder verfügten über eine sehr starke Marktposition und seien inhaltlich und gestalterisch anders ausgerichtet als ein multimediales und interaktives Angebot wie www.kikaninchen.de. Es sei daher kaum mit marktlichen Auswirkungen auf Printprodukte durch www.kikaninchen.de zu rechnen.

Insgesamt seien die Auswirkungen von www.kikaninchen.de auf die Konsumentenwohlfeahrt als positiv zu bewerten. Es wird prognostiziert, dass sich private Anbieter dem publizistischen Wettbewerb stellen und mit neuen, innovativen Angeboten reagieren werden. Hierdurch werde die Angebotsvielfalt positiv beeinflusst.

d) Kommentierung des Intendanten

Der Intendant hat keine methodischen oder inhaltlichen Einwände gegen die Ergebnisse des Gutachtens und sieht auf der Grundlage dieser Ergebnisse keinen Anlass für eine Überarbeitung des Angebotskonzepts.

e) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Nach Auffassung des ZDF-Fernsehrats sind die marktlichen Auswirkungen in dem Gutachten nachvollziehbar dargestellt. Dem MDR-Rundfunkrat wird empfohlen, bei den marktlichen Auswirkungen auch werbefreie Pay-Angebote einzubeziehen. Die GVK sieht keine Veranlassung, die Vorgehensweise und die Ergebnisse des marktlichen Gutachtens anzuzweifeln. Das Gutachten **widerlege die befürchteten Beeinträchtigungen Dritter**. Sie spricht sich dafür aus, berechnete Interessen der Wettbewerber soweit wie möglich in die Abwägung einzubeziehen, weist aber darauf hin, dass es bei der Prüfung der zweiten Stufe in erster Linie um die Bereicherung des publizistischen Wettbewerbs gehe und Auswirkungen auf den Markt als solchen, nicht aber auf einzelne Wettbewerber, zu prüfen seien.

f) Weitere Sachverhaltsermittlung

Im Zuge der Beratungen zu den marktlichen Auswirkungen von www.kikaninchen.de ergaben sich für den Rundfunkrat einige **weitere inhaltliche Nachfragen** an die Gutachter, welche am 01.07.09 schriftlich beantwortet wurden. Unter anderem befasste sich der Rundfunkrat mit den zu erwartenden Auswirkungen auf entgeltpflichtige Konkurrenzangebote wie den Toggolino Club. **Super RTL** erklärte sich schließlich doch dazu bereit, **Unternehmensdaten** an die Gutachter zu übermitteln, um die im Gutachten auf Basis von Vergleichsdaten getroffenen Schätzungen anhand kon-

kreter Daten validieren zu können.<sup>52</sup> Der Rundfunkrat dankt der Mediengruppe RTL für ihre Kooperation und bittet betroffene Wettbewerber, sich bei zukünftigen Verfahren umfassend an den Drei-Stufen-Tests zu beteiligen, um marktliche Auswirkungen möglichst valide prognostizieren zu können.

Auf Basis der nachgelieferten RTL-Daten finden die Gutachter ihre Marktabgrenzung bestätigt. Auf Wunsch des Rundfunkrats spezifizierten die Gutachter zudem den zu erwartenden Nachfragerückgang von Pay-Geschäftsmodellen für Online-Vorschulangebote. Der prognostizierte **Rückgang für Pay-Geschäftsmodelle wie Toggolino betrage 26,02%**. Wenn man davon ausgehe, dass die Abonnentenzahlen mit Auslaufen der jeweiligen Verträge in einem ähnlichen Ausmaß zurückgehen, sei mit einem Viertel weniger Mitglieder von Toggolino Club zu rechnen. Allerdings zeige sich anhand der von Super RTL erhaltenen Umsatz- und Kostenkennziffern, „dass Toggolino trotz des prognostizierten Nutzerrückgangs in der Gewinnzone verbleiben würde.“<sup>53</sup> Der **Kostendeckungsbeitrag bleibe positiv**. Wie bereits im Gutachten ausgeführt, sei ein stark wachsender Markt für Vorschul-Onlineangebote zu erwarten. Da die Kosten von Toggolino zu einem Großteil fix seien, könne man längerfristig von steigenden Deckungsbeiträgen ausgehen, da Toggolino durch die Markterweiterung neue Abonnenten hinzugewinnen werde.

#### g) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Die Bewertung der marktlichen Auswirkungen ist – zurückgehend auf den zwischen EU-Kommission und Deutschland erzielten Beihilfekompromiss – ein wichtiger Abwägungsgrund des Drei-Stufen-Tests. Der Rundfunkrat hat hierfür das nach seiner Überzeugung am besten qualifizierte Unternehmen ausgewählt. Nichtsdestotrotz steht der Rundfunkrat in der Verantwortung, die Ergebnisse des marktlichen Gutachtens hinsichtlich ihrer Stichhaltigkeit kritisch zu prüfen. Der Rundfunkrat hat sich daher zunächst umfassend mit dem methodischen Vorgehen und den getroffenen Prämissen und Vergleichen befasst.

Zum einen stellt sich die Frage, ob Online- und TV-, DVD- oder Print-Angebote – wie von einigen Wettbewerbern angezweifelt – tatsächlich unterschiedliche sachlich relevante Märkte sind. Hierzu wurden die Gutachter bereits bei der Zwischenpräsentation der Gutachtenergebnisse am 12.01.09 um genauere Erläuterung gebeten. Die Gutachter erklärten, dass die Motive zur Nutzung der verschiedenen Medien sowie die jeweilige Nutzungssituation unterschiedlich seien. Im Gutachten wird nach Auffassung des Rundfunkrats zudem schlüssig dargelegt, dass sich Online-, TV-, DVD- und Print-Angebote in ihrem Verwendungszweck und in ihren Eigenschaften unterscheiden. Der Rundfunkrat erachtet eine **Fokussierung auf den Onlinemarkt** daher als **sachgerecht**, zumal die Auswirkungen auf die verbundenen Märkte TV, DVD und Print im Gutachten ebenfalls diskutiert werden.

Mehrere Erkenntnisse des Gutachtens basieren auf Vergleichsdaten aus anderen Marktbereichen. So wurden zum einen die zu erwartenden Effekte auf die Wirtschaftlichkeit der privaten Onlineangebote durch **Übertragung der Kostendeckungsbei-**

---

<sup>52</sup> Um der Vertraulichkeit der von RTL überlassenen Daten Rechnung zu tragen, haben die Gutachter diese Daten ihren Berechnungen zwar zugrunde gelegt, diese in ihrer Antwort an den Rundfunkrat aber nicht direkt ausgewiesen.

<sup>53</sup> Vgl. Hildebrand 2009: Beantwortung der Fragen des MDR Rundfunkrates.

**träge von TV-Vollprogrammen auf den Onlinemarkt** ermittelt. Laut Gutachterin Hildebrand handelt es sich bei der Verwendung von TV-Deckungsbeiträgen um eine bestmögliche Annäherung an die tatsächliche Gewinnsituation von Onlineangeboten. Diese Schätzungen seien durch die von Super RTL gelieferten Daten bestätigt worden.<sup>54</sup> Zum anderen wurde das **zu erwartende Marktwachstum des Kinder-Onlinemarktes** vom Gesamt-Onlinemarkt abgeleitet. Die Projektgruppe ließ sich bereits am 16.02.09 im Rahmen der Abschlusspräsentation erläutern, ob angesichts der demographischen Entwicklung vom Erwachsenenmarkt auf den Kinder-Onlinemarkt geschlossen werden könne. Die Gutachter erklärten, auf Grund des noch nicht ausgeschöpften Nutzerpotenzials sei auch bei Kindern ein starkes Wachstum zu erwarten. Auf ergänzende schriftliche Anfrage des Rundfunkrats, ob sich der Kinder-Onlinemarkt auf Grund strenger rechtlicher Beschränkungen (Jugendschutz etc.) nicht strukturell vom Erwachsenen-Onlinemarkt unterscheide, führt Hildebrand aus, dass zunächst der Anteil des Kinderfernsehmarktes am Gesamtfernsehmarkt ermittelt worden sei. Dem Kinder-Fernsehmarkt lägen ähnliche Regularien zugrunde wie dem Kinder-Onlinemarkt. Dieser Anteil sei dann als Basis für die Ermittlung der Marktgröße des Kinder-Onlinemarktes verwendet worden.<sup>55</sup> Dem Rundfunkrat erscheinen die im Gutachten getroffenen **Prämissen nachvollziehbar** und angesichts der Bestätigung durch konkrete Unternehmensdaten gerechtfertigt.

Bedenken wurden von Mitgliedern des Rundfunkrats auch geäußert, ob das prognostizierte **Wachstum des Online-Marktes angesichts der aktuellen Wirtschaftslage** noch realistisch sei. Die Wachstumserwartung der Gutachter beruht auf einer Prognose von Nielsen Media Research, wonach für 2009 Bruttowerbeeinahmen von 3,8 Milliarden Euro erwartet werden. Bis 2011 werde demnach die Zahl um 67% gegenüber 2008 ansteigen. Aktuelle Meldungen bestätigen diese Wachstumsannahmen trotz Krise. Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) teilt in einer aktuellen Pressemitteilung vom 8. Juli 2009 mit, dass der Onlinewerbemarkt im ersten Halbjahr 2009 um 13% gegenüber dem Vorjahreszeitraum gewachsen sei. Ursache hierfür seien eine zunehmende Onlinenutzung und längere Nutzungsdauer.<sup>56</sup> Nach Einschätzung des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft e.V. werde der Online-Werbemarkt 2009 um 10% auf 4 Milliarden Euro wachsen und übersteigt somit die dem Gutachten zugrunde liegende Prognose für 2009.<sup>57</sup> Der Rundfunkrat geht daher davon aus, dass die im Gutachten getroffenen **Prognosen fundiert und auch angesichts der Wirtschaftskrise haltbar** sind.

Nach sorgfältiger Prüfung des Gutachtens gelangt der Rundfunkrat zu der Überzeugung, dass die Ergebnisse auf einer **sachgerechten Vorgehensweise und gesicherten Datengrundlage** beruhen.

Der Rundfunkrat sieht durch das marktliche Gutachten in den Stellungnahmen Dritter geäußerte Befürchtungen, dass durch [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) ein Nutzerrückgang der privaten Angebote zu befürchten sei, zumindest kurzfristig gerechtfertigt. Allerdings

---

<sup>54</sup> Vgl. Hildebrand 2009: Beantwortung der Fragen des MDR Rundfunkrates.

<sup>55</sup> Vgl. Hildebrand 2009: Beantwortung der Fragen des MDR Rundfunkrates.

<sup>56</sup> Vgl. BITKOM (Hrsg.): Online-Werbung hat Hochkonjunktur in der Krise. Presseinformation vom 8. Juli 2009, [www.bitkom.org/de/presse/8477\\_60249.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_60249.aspx), 24.07.2009.

<sup>57</sup> Vgl. Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V. (Hrsg.): Online-Werbung wächst auch 2009. Pressemitteilung vom 3. März 2009, [www.bvdw.org/index.php?id=98&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=2932&cHash=e0e83b899c](http://www.bvdw.org/index.php?id=98&tx_ttnews[tt_news]=2932&cHash=e0e83b899c), 24.07.2009.

kann der Rundfunkrat dem von den Wettbewerbern erwarteten Ausmaß des Nutzer-rückgangs nicht folgen. RTL hat einen Abonnentenrückgang seines entgeltpflichtigen Angebots von 40 bis 50% vorhergesagt. Die Gutachter gehen dahingegen von einem Nutzerrückgang bei den Pay-Angeboten um 26,02% aus. Anhand konkreter Unternehmensdaten von Super RTL ermittelten die Gutachter zudem, dass der entgeltfinanzierte Toggolino Club weiterhin rentabel wäre. Es ist somit **nicht von einer Existenzgefährdung** privater Angebote durch www.kikaninchen.de **auszugehen**. Bei den im Gutachten ermittelten Rückgängen ist zu beachten, dass ihnen die Annahme eines maximalen Engagements des KI.KA im Internet zugrunde liegt. Das heißt, die Ergebnisse beruhen auf der Prämisse einer unbegrenzten Verweildauer und einer Online-Veröffentlichung aller vom KI.KA selbst oder im Auftrag produzierten Produktionen. Laut Angebotskonzept liegt dem geplanten Angebot aber eine maximale Verweildauer von zwei Jahren zugrunde. **Die tatsächlichen marktlichen Auswirkungen werden also geringer ausfallen**. Durch die vom Rundfunkrat begrenzte Verweildauer einiger Angebotskategorien werden die marktlichen Auswirkungen **zusätzlich abgemildert**. Bei der Abschätzung der marktlichen Auswirkungen ist auch zu berücksichtigen, dass die Umsatzrückgänge durch das zu erwartende Online-wachstum **längerfristig kompensiert** werden. Auf Grund des prognostizierten Onlinewachstums und des großen Potenzials an Vorschulkindern, die bisher noch keine Internetangebote nutzen, sieht der Rundfunkrat keinen Anlass zu der von den Wettbewerbern geäußerten Sorge, www.kikaninchen.de könne dauerhaft eine Markteintrittsbarriere für neue privat-finanzierte Angebote bilden.

Die Analyse der verbundenen Märkte erbrachte **keinen Nachweis einer größeren Bedrohung von TV-, DVD-, oder Printangeboten** durch das geplante Angebot. Www.kikaninchen.de ist funktional eher als Komplementärangebot zu DVD- und Printangeboten zu betrachten. Rückgänge in der DVD-Verwertung sind dem Gutachten zufolge primär auf einen generellen Umbruch der Mediennutzung zurückzuführen. Es ist aber davon auszugehen (und pädagogisch auch wünschenswert), dass das zur Mediennutzung zur Verfügung stehende Zeitbudget nicht wesentlich steigt und daher mit zunehmender Internetnutzung von Vorschulkindern die vor dem Fernseher verbrachte Nutzungsdauer sinkt. Allerdings betrifft dies nicht einseitig das Privatfernsehen, sondern auf Grund der sich überlappenden Inhalte vermutlich noch stärker das linear ausgestrahlte Fernsehprogramm von KI.KA bzw. die von ARD und ZDF angebotenen Kinderangebote. Durch die vom Rundfunkrat vorgenommene Verweildauerverkürzung werden die marktlichen Auswirkungen auf die verbundenen Märkte zusätzlich reduziert.

Das Gutachten liefert dem Rundfunkrat für die von einigen Wettbewerbern erwartete Verschärfung der Bedingungen auf dem Beschaffungsmarkt ebenfalls keine Anhaltspunkte.

Nach Auffassung des Rundfunkrats werden privatwirtschaftliche Angebote durch www.kikaninchen.de somit **nicht existenziell gefährdet**. Es gibt **keine Anhaltspunkte für die Schaffung einer Markteintrittsbarriere** durch www.kikaninchen.de. Auf Basis des marktlichen Gutachtens stellt der Rundfunkrat eine begrenzte kurz- bis mittelfristige marktliche Beeinträchtigung privater Angebote auf Grund von Nutzer-rückgängen durch das geplante Angebot www.kikaninchen.de fest. Diese marktliche Auswirkung ist im folgenden Kapitel mit dem publizistischen Beitrag des geplanten Angebots abzuwägen.

## 6.2.5 Abwägung zwischen publizistischem Beitrag und marktlichen Auswirkungen

### a) Stellungnahmen Dritter

VPRT und VDZ fordern, marktliche und publizistische Auswirkungen wechselseitig zu berücksichtigen. RTL führt aus, dass bei einem notwendigen Balancing des publizistischen Beitrages und der marktlichen Auswirkungen **negative Effekte dominieren**. Der VDZ erwartet durch die zu befürchtenden Marktaustritte negative Effekte auf die Meinungsvielfalt. Durch sinkende Refinanzierungsmöglichkeiten ist laut RTL und MTV ein **Rückgang der Investitionen in qualitativ hochwertige Inhalte** privater Anbieter zu befürchten.

In den Stellungnahmen werden verschiedene **Maßnahmen zur Begrenzung der marktlichen Auswirkungen** genannt. RTL, VPRT und BDZV fordern eine Bindung an die 7-Tage-Frist. Das Angebot solle einen klaren Sendungsbezug aufweisen (RTL, VPRT). Der Inhalt von www.kikaninchen.de solle sich auf den Umfang vergleichbarer, kostenfreier Angebote beschränken (RTL).

### b) Kommentierung des Intendanten

Der Intendant hält die marktlichen Auswirkungen angesichts des positiven publizistischen Beitrags von www.kikaninchen.de für hinnehmbar.

### c) Empfehlungen der mitberatenden Gremien

Der Programmbeirat ist der Auffassung, dass der publizistische Beitrag des geplanten Angebots die marktlichen Auswirkungen rechtfertigt. Durch seine hohen Qualitätsstandards, an denen sich auch die privaten Wettbewerber orientieren würden, sei eine **Verbesserung der Qualität des gesamten publizistischen Wettbewerbs** zu erwarten (ZDF-Fernsehrat, Programmbeirat). Nach Überzeugung der GVK leistet das geplante Angebot, welches nur geringe und allenfalls vorübergehende marktliche Auswirkungen habe, einen positiven Beitrag zum publizistischen Wettbewerb und unterscheidet sich von dem vorhandenen Angebot durch besondere Qualitätsmerkmale. Der ZDF-Fernsehrat bittet, bei der Abwägung marktlicher und publizistischer Aspekte die DVD-Verwertung mit zu berücksichtigen.

### d) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Publizistische und marktliche Auswirkungen des geplanten Angebots sind nach separater Analyse des publizistischen und des ökonomischen Wettbewerbs gegeneinander abzuwägen. Insofern findet eine – wie von VPRT und VDZ geforderte – wechselseitige Berücksichtigung statt.

Das geplante Angebot zeichnet sich auf Basis der Angebotsbeschreibung gegenüber dem bereits vorhandenen Angebot qualitativ insbesondere dadurch aus, dass es sich um ein Portal handelt, welches ein breites Spektrum an Inhalten und Nutzungsformen bündelt und sich speziell an die Zielgruppe Vorschüler richtet. Bislang gibt es erst wenige Angebote, welche die besonderen Bedürfnisse der jungen Zielgruppe berücksichtigen. Bei konsequenter auditiver Vertonung kann das Angebot von den Vorschülern weitgehend selbstständig bedient werden. Hervorzuheben ist die Förderung sprachlicher Fähigkeiten sowie die Vermittlung von Medienkompetenz. Ausdrücklich zu begrüßen ist ein barrierefreies Angebot für Vorschulkinder. Einen Web-

wecker, der eine zu lange Internetnutzung verhindern soll, wird ebenfalls als Qualitätsmerkmal begrüßt. In der Summe dieser Merkmale **ergänzt und erweitert das geplante Angebot den vorhandenen publizistischen Wettbewerb** daher.

Auf der anderen Seite prognostiziert das marktliche Gutachten kurz- bis mittelfristige Nutzerrückgänge, welche allerdings **nicht existenzbedrohlich** sind. Dies gilt auch für entgeltfinanzierte Onlineangebote für Vorschüler. Die prognostizierten Verluste basieren auf der Annahme einer unbegrenzten Verweildauer. Die tatsächlich zu erwartenden Rückgänge werden somit geringer ausfallen. Durch die vom Rundfunkrat vorgenommene Begrenzung der Verweildauer einiger Angebotskategorien werden die **marktlichen Auswirkungen zusätzlich abgemildert**. Hierdurch werden auch die als gering prognostizierten Auswirkungen auf verbundene Märkte wie beispielsweise den DVD-Markt zusätzlich reduziert. Auf Grund des zu erwartenden Wachstums des Onlinemarktes ist nicht davon auszugehen, dass private Anbieter bei Einführung von www.kikaninchen.de den Markt verlassen werden oder am Markteintritt gehindert werden.

Auf Basis aller vorliegenden Erkenntnisse ist davon auszugehen, dass der publizistische Wettbewerb durch das neue Angebot bereichert wird. Die Nutzer können aus einer wachsenden Zahl von Angeboten auswählen. Es ist zu erwarten, dass die inhaltliche Qualität nicht, wie in den Stellungnahmen argumentiert, sinken, sondern sich an dem durch das neue Angebot gesetzten Qualitätsstandard orientieren wird. Hierdurch ist eine Qualitätssteigerung des publizistischen Wettbewerbs und eine Zunahme der Meinungsvielfalt zu prognostizieren. Es steht daher zur Überzeugung des Rundfunkrates fest, **dass der Beitrag des geplanten Angebots www.kikaninchen.de zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht die marktlichen Auswirkungen auf private Wettbewerber überwiegt.**



### **6.3 Erforderlichkeit des finanziellen Aufwands**

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) Angebotsbeschreibung*

Die Kosten für die Erstellung von www.kikaninchen.de werden mit **320.000 € p. a.** beziffert und umfassen alle direkt für die Erstellung des Angebots anfallenden Personal- und Sachkosten. Eine dem Rundfunkrat vorgelegte Genehmigungsvorlage schlüsselt diese Kosten weiter auf.

#### *b) Stellungnahmen Dritter*

Alle Stellungnahmen mit Ausnahme von MTV erklären, dass zur Kontrolle und Bewertung eine Angabe der einzelnen Kostenpositionen notwendig sei. Die angegebenen Kosten werden als deutlich zu gering eingeschätzt (RTL, VPRT, BDZV). Es wird daher vermutet, dass **wichtige Kostenfaktoren fehlen**. Es wird außerdem der Verdacht angeführt, dass das geplante Angebot durch andere Abteilungen quersubventioniert werde, um das Angebot kostengünstiger erscheinen zu lassen (RTL, VPRT).

#### *c) Kommentierung des Intendanten*

Der Intendant argumentiert in seiner Kommentierung der Stellungnahmen, dass der Rundfunkänderungsstaatsvertrag keine Veröffentlichung einer detaillierten Kalkulation verlange. Diese würde Rückschlüsse auf Produktionsweisen und Erfolgsfaktoren ermöglichen. Dem Rundfunkrat sei eine solche detaillierte Kalkulation offengelegt worden. Außerdem seien dem marktlichen Gutachter die benötigten Daten geliefert worden.

Für das geplante Angebot soll die **vorhandene Infrastruktur (Personal, Kosten) soweit wie möglich mitgenutzt** werden. In der Angebotsbeschreibung habe man entsprechend der zu diesem Zeitpunkt gültigen, mit der KEF abgestimmten Vorgehensweise, nur die anfallenden Zusatzkosten angegeben. Zum Zeitpunkt der Kommentierung wurde die KEF-Systematik überarbeitet. Diese soll bei der Beschreibung der Bestandsangebote zum Einsatz kommen.

#### *d) Empfehlungen der mitberatenden Gremien*

Der ZDF-Fernsehrat vertritt den Standpunkt, dass der Rundfunkstaatsvertrag eine Offenlegung der detaillierten Kostenkalkulation nicht verlangt. Die GVK stellt fest, dass keine Verpflichtung zu einer Vollkostenrechnung bestehe, hält aber eine transparente Darlegung des finanziellen Aufwands für sinnvoll und angemessen.

Die GVK sowie der ZDF-Fernsehrat erachten den **finanziellen Aufwand als angemessen** und erforderlich. Es bestehe keine Gefahr einer Überkompensation der vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfassten Aufgaben. Die GVK regt ergänzend eine Darstellung der anteilig auf die Anstalten entfallenden Kosten an.

e) Weitere Sachverhaltsermittlung

Zur Berechnung der zu erwartenden marktlichen Auswirkungen übermittelte der KI.KA den marktlichen Gutachtern weitere Angaben zum finanziellen Aufwand des Angebots. Der Beschaffungsaufwand für 2009 wird im Gutachten abweichend von der Angebotsbeschreibung mit 326.500 € beziffert. Auf Nachfrage des Rundfunkrats zu den Gründen für diese Differenz führt der Intendant in seinem Schreiben vom 11.08.09 aus, dass die Gutachter auch Kosten für Marketing nachgefragt hätten, welche gemäß (alter und neuer) KEF-Systematik nicht auszuweisen und daher nicht in dem in der Angebotsbeschreibung dargestellten finanziellen Aufwand enthalten seien.

Der Rundfunkrat bat den Intendanten um eine Erläuterung der zukünftig zu erwartenden Kosten für Onlinerechte. Laut Intendant werden voraussichtlich **keine unverhältnismäßigen Zusatzkosten für den Erwerb von Onlinerechten** anfallen, da in vielen Fällen die Onlinerechte bereits zusammen mit den Senderechten zumindest für einen begrenzten Abrufzeitraum erworben werden. Allerdings entwickle sich der Markt stetig weiter, so dass man weitere Erfahrungen bei der Kostenentwicklung von Onlinerechten sammeln müsse.<sup>58</sup>

Für die Digitalisierungsstrategie des KI.KA sind laut Wirtschaftsplan 2009 des KI.KA sowie laut Bericht der Landesrundfunkanstalten an die Konferenz der Gremienvorsitzenden zu den GSEA vom August 2008 im Zeitraum 2009-2012 2,0 Mio € p. a. geplant. Auf Nachfrage des Rundfunkrates erklärt der Intendant in seinen Schreiben vom 26.06.09 und vom 11.08.09, dass lediglich der bereits in der Angebotsbeschreibung genannte Betrag für die neuen Angebote KI.KAplus und www.kikaninchen.de verwendet werden soll (insgesamt 520.000 €), der Differenzbetrag von 1,48 Mio € sei für andere Projekte geplant. Der Verwaltungsrat des MDR habe die Abgrenzung des für KI.KAplus und www.kikaninchen.de geplanten Betrages von der restlichen für die Digitalstrategie vorgesehenen Summe betont und auf die Sperrung der Mittel bis zum Abschluss der Drei-Stufen-Tests hingewiesen.

Der vom Grimme-Institut im Auftrag des Rundfunkrats befragte Erziehungswissenschaftler Stefan Aufenanger von der Universität Mainz warnt vor zu großen Erwartungen an das geplante Angebot, da qualitativ wirklich hochwertige Angebote deutlich teurer seien als der in der Angebotsbeschreibung genannte Betrag: „Um ein Portal zu entwerfen, das höchsten medienpädagogischen Ansprüchen gerecht wird, müsste der KI.KA eine zweistellige Millionensumme investieren.“<sup>59</sup>

f) Beratungsergebnis des MDR-Rundfunkrats

Der Rundfunkrat trägt wesentlich die Verantwortung für einen effektiven, auftragskonformen Mitteleinsatz.<sup>60</sup> Er hat den in der Angebotsbeschreibung genannten finanziellen Aufwand daher hinsichtlich Plausibilität und Korrektheit zu überprüfen. Dem Rundfunkrat wurden hierfür detaillierte Kostenpositionen vorgelegt. Der genannte finanzielle Aufwand wurde nach der zum Start des Drei-Stufen-Tests gültigen und mit der KEF abgestimmten Erhebungsmethode ermittelt. Demnach sind nur die

---

<sup>58</sup> Vgl. Antwort des Intendanten vom 11.08.09.

<sup>59</sup> Grimme-Institut 2009: Expertise, S. 16.

<sup>60</sup> Vgl. Begründung zum Zwölften Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge.

dem geplanten Angebot direkt zurechenbaren, zusätzlich anfallenden Kosten auszuweisen. Die vorhandene Infrastruktur soll laut Kommentierung des Intendanten mitgenutzt werden. Der Rundfunkrat kann sich daher der Argumentation einiger privater Wettbewerber nicht anschließen, dass die Kosten deutlich zu niedrig angegeben seien.

Der Rundfunkrat hat keine Abwägung zwischen den Kosten und dem publizistischen Beitrag des Angebots vorgenommen und musste dies auch nicht tun.

Die Regelung des § 11f Abs. 2. stellt sicher, dass eine Kontrolle der Kosten durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (KEF) stattfinden kann. Die KEF prüft unter Beachtung der Programmautonomie der öffentlich-rechtlichen Anstalten, ob sich die Programmentscheidungen im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks halten und der Finanzbedarf nach den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ermittelt wurde. Die Programm-entscheidung hat die KEF zu akzeptieren. Überprüft wird nur, ob die Mittel hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Umsetzung bedarfsgerecht eingesetzt wurden. Eine Abwägung zwischen Aufwand und dem gewünschten publizistischen Beitrag findet nicht statt. Die *ex post* Kostenkontrolle der KEF für Telemedienangebote ist bereits im Beihilfekompromiss vom 24.04.07 (Rn. 263) vorgesehen und dient dazu, eine Überkompensation zu verhindern.

Der Prüfungsmaßstab des Rundfunkrats ist ein anderer als der der KEF. Das ergibt sich schon daraus, dass der Rundfunkrat eine *ex ante* Prüfung auf der Grundlage eines Angebots vornimmt. Der Rundfunkrat kann zum gegebenen Zeitpunkt nicht überprüfen, ob die Grundsätze der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit eingehalten wurden.

Der Rundfunkrat hat auch 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 (Rdnr. 328). Der Wortlaut des § 11f Abs. 4 Ziff. 3 entspricht exakt dieser Anforderung. Ein Abwägungsgebot ist diesem Wortlaut nicht zu entnehmen. Die dritte Stufe unterscheidet sich insoweit von der ersten und zweiten Stufe des Drei-Stufen-Tests.

Aus der Aussage des vom Grimme-Institut befragten Erziehungswissenschaftlers Aufenanger lässt sich ableiten, dass der für www.kikaninchen.de geplante **finanzielle Aufwand eher im unteren Kostenspektrum** anzusiedeln ist. Der Rundfunkrat kann daher **keine Anzeichen für eine Überkompensierung** der vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfassten Aufgaben feststellen.

Der Rundfunkrat stellt jedoch einen Widerspruch zwischen dem in der Angebotsbeschreibung genannten finanziellen Aufwand und den im marktlichen Gutachten ausgewiesenen voraussichtlichen Beschaffungsaufwendungen der Jahre 2010 und 2011 fest. Die im marktlichen Gutachten genannten Beträge beruhen auf einer gegenüber den Gutachtern vorgenommenen Konkretisierung durch die Geschäftsführung. Der Rundfunkrat geht angesichts dieser Konkretisierung der zu erwartenden Kosten davon aus, dass für die Erstellung des Angebots im ersten Jahr ein höherer finanzieller Aufwand erforderlich ist als für die Pflege von www.kikaninchen.de in den Folgejah-

ren und übernimmt daher die Angaben für 2010 und 2011 aus dem marktlichen Gutachten in seine Entscheidung.

Der Intendant hat ausgeschlossen, dass über den in der Angebotsbeschreibung genannten Aufwand hinaus zusätzliche, für die Digitalstrategie des KI.KA genehmigte Mittel für das Angebot www.kikaninchen.de verwendet werden. Auch wenn der Intendant nicht von stark steigenden Zusatzkosten für den zukünftigen Erwerb von Onlinerechten ausgeht, trifft der Rundfunkrat Vorsorge für den Fall, dass die Kosten des Angebots beispielsweise auf Grund der Dynamik im Onlinerechte-Bereich höher ausfallen als in der Angebotsbeschreibung angegeben. Der Rundfunkrat setzt daher die Kosten für 2009 mit maximal 352.000 €, für 2010 mit 251.460 € und für 2011 mit 253.990 € fest. Diese Beträge berücksichtigen um 10% höhere Kosten als in der Angebotsbeschreibung bzw. im marktlichen Gutachten angegeben, um dieser Dynamik Rechnung zu tragen. Wird der finanzielle Aufwand überschritten, ist der Rundfunkrat hierüber mit Blick auf die marktlichen Auswirkungen und seine Verantwortung für einen effektiven und auftragskonformen Mitteleinsatz vor Beginn der Maßnahmen, welche den Mehraufwand verursachen, zu informieren. Der Rundfunkrat wird sich dann erneut mit dem finanziellen Aufwand von www.kikaninchen.de befassen und gemäß der im ARD-Genehmigungsverfahren definierten Aufgreifkriterien<sup>61</sup> gegebenenfalls über die Einleitung eines neuen Drei-Stufen-Test-Verfahrens entscheiden. Spätestens nach drei Jahren wird der Rundfunkrat den finanziellen Aufwand für das geplante Angebot www.kikaninchen.de neu bewerten. Die Projektgruppe hat hierzu einen separaten Vorschlag zu einer **Evaluierung** des Angebots www.kikaninchen.de nach drei Jahren erarbeitet, welcher dem Rundfunkrat ebenfalls zur Abstimmung vorliegt.

---

<sup>61</sup> Ein Positivkriterium für das Vorliegen eines neuen oder veränderten Angebots, welches einem Drei-Stufen-Test zu unterziehen wäre, ist eine wesentliche Steigerung des Aufwands für die Erstellung eines Angebots, wenn diese im Zusammenhang mit inhaltlichen Änderungen des Gesamtangebots steht.

## 6.4 Gesamtabwägung und Entscheidung

**Der Rundfunkrat hat im Rahmen des ihm zustehenden Beurteilungsspielraums nach Abwägung aller maßgeblichen Belange festgestellt, dass das Angebot mit bestimmten Änderungen vom Auftrag umfasst ist. Der 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.** Mittlerweile gibt es in den meisten Haushalten, in denen Kinder leben, einen Internetzugang. Sozialisiert durch die Mediennutzung der Eltern wird das Internet auch von Vorschulkindern in steigendem Maße genutzt. Das geplante Angebot wird dem staatsvertraglich definierten Auftrag an öffentlich-rechtliche Telemedien gerecht. Hervorzuheben ist besonders der barrierefreie Zugang zu dem Angebot und die Vermittlung von Medienkompetenz.
- 2. Das Angebot leistet einen positiven Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht.** In der Summe seiner Qualitätsmerkmale ergänzt und erweitert das geplante Angebot www.kikaninchen.de den vorhandenen publizistischen Wettbewerb. Die begrenzten kurz- bis mittelfristigen Auswirkungen auf private Wettbewerber sind nicht existenzgefährdend und werden durch die vom Rundfunkrat formulierten Änderungen weiter abgeschwächt. Es steht daher zur Überzeugung des Rundfunkrates fest, dass der Beitrag des geplanten Angebots www.kikaninchen.de zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht die marktlichen Auswirkungen auf private Wettbewerber überwiegt.
- 3. Der finanzielle Aufwand ist für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags erforderlich.** Der Rundfunkrat sieht keine Anzeichen für eine Überkompensierung der vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfassten Aufgaben.

Der Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks stellt fest, dass das Angebot www.kikaninchen.de **mit folgenden Änderungen den Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV entspricht** und vom Auftrag umfasst ist:

- Die Verweildauer wird gemäß § 11d Abs. 2 Nr. 3 RStV abweichend vom geplanten Verweildauerkonzept wie folgt festgelegt:
  - Nicht angekaufte Fernsehfilme und Spielfilme: bis 3 Monate,
  - Serielle Angebote / Fernsehserien oder –reihen bzw. Mehrteiler: bis 6 Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge<sup>62</sup>,
  - Aktuelle Sendungen / Nachrichten: bis 7 Tage,
  - Nutzergenerierte Inhalte / user-generated-content: entsprechend der Verweildauer des redaktionell veranlassten Inhalts, bei Communities bis 24 Monate,
  - Onlinespezifische Darstellungsformen: entsprechend der Verweildauer des redaktionell veranlassten Inhalts, ansonsten bis 24 Monate.Alle weiteren Kategorien bleiben unberührt.

---

<sup>62</sup> Die im ursprünglichen Verweildauerkonzept genannte Frist darf hierbei nicht überschritten werden.

2. Der finanzielle Aufwand wird für die Jahre 2009 bis 2011 jeweils maximal wie folgt festgesetzt: für 2009 mit 352.000 €, für 2010 mit 251.460 € und für 2011 mit 253.990 €. Wird der finanzielle Aufwand überschritten, ist dieser dem Rundfunkrat mit Blick auf die marktlichen Auswirkungen und seine Verantwortung für einen effektiven und auftragskonformen Mitteleinsatz vor Beginn der Maßnahmen, welche den Mehraufwand verursachen, erneut zur Prüfung vorzulegen.
3. Im Sinne einer kontinuierlichen Qualitätssicherung muss der Sendungsbezug des Spieleangebots stets erhalten bleiben.

Darüber hinaus spricht der Rundfunkrat folgende Empfehlungen hinsichtlich der Ziele des Angebots aus:

- Das Angebot soll alle Bildungsbereiche berücksichtigen.
- Eine enge Bindung an das lineare Vorschulprogramm soll sichergestellt werden.
- Das Telemedienangebot soll eine hinreichende Anregung zu Beschäftigungen abseits des Computers bieten.
- Das Telemedienangebot, das gemäß Angebotsbeschreibung entsprechend der Anforderungen der „Barrierefreie Informationstechnik Verordnung“ gestaltet sein wird, soll hierbei den besonderen Bedürfnissen von Kindern Rechnung tragen.
- Das Telemedienangebot will laut Angebotsbeschreibung die sprachlichen Fähigkeiten von allen Kindern, auch von Kindern mit Migrationshintergrund, fördern. Das Angebot sollte hierbei mangelnde Deutschkenntnisse der Eltern mit Migrationshintergrund berücksichtigen.

Der Rundfunkrat wird das Telemedienangebot [www.kikaninchen.de](http://www.kikaninchen.de) im Rahmen seiner Aufgaben aus dem MDR-Staatsvertrag weiter beobachten und eine Evaluierung des Angebots nach drei Jahren vornehmen.

Der Rundfunkrat hat seine Feststellungsentscheidung mit bestimmten Änderungen der Verweildauer verbunden. Solche Änderungen sind grundsätzlich zulässig.

Nach § 11f Abs. 6 trifft der Rundfunkrat eine eigene Ermessensentscheidung, indem er feststellt, ob das neue oder veränderte Angebot vom Auftrag des § 11d Abs. 1 umfasst ist. Das im 12. RÄStV vorgesehene Verfahren zum Drei-Stufen-Test räumt dem Rundfunkrat eine Befugnis zur Abwägung innerhalb eines eigenen Beurteilungsspielraums ein. Im Rahmen dieser Beurteilung kann der Rundfunkrat auch zu dem Ergebnis gelangen, dass bestimmte Teile des Angebots nicht vom Auftrag umfasst sind. Dies ergibt sich eindeutig aus der Begründung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag<sup>63</sup>, die vorsieht, dass die Entscheidungsbegründung des Rundfunkrates einen Abwägungsprozess erkennen lassen und darstellen muss, wie sich die Stellungnahmen und neuen Erkenntnisse, gemeint sind die im Verfahren gewonnenen Erkenntnisse, auf das ursprünglich geplante Vorhaben, nach der Angebotsbeschreibung, auswirken. Dürfte der Rundfunkrat keine solchen Auswirkungen auf das Angebot feststellen, würde seine Kompetenz auf ein unzulässiges „ganz oder gar nicht“ verkürzt.

---

<sup>63</sup> Begründung zum Zwölften Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge S. 23

Die vorgenommenen Änderungen modifizieren das ursprüngliche Angebot inhaltlich nicht. Stattdessen bewegt sich die Entscheidung innerhalb des geplanten Angebots des Intendanten. Das Angebot wird nur geringfügig reduziert, indem die Verweildauer bestimmter Angebotskategorien herabgesetzt wird.

Die Festschreibung der Kosten stellt keine Beschränkung gegenüber dem ursprünglichen Angebot dar. Vielmehr beruht diese Grenze auf der Angebotsbeschreibung und einer gegenüber den Gutachtern vorgenommenen Konkretisierung der Kosten für die Folgejahre und berücksichtigt dabei Kostenschwankungen von maximal 10 %.

Die Regelung zum Sendungsbezug des Spieleangebots hat klarstellende Bedeutung. Der Rundfunkrat betont damit, dass dem Gremium der Sendungsbezug der Spiele besonders wichtig ist.

Der Rundfunkrat hat dem Intendanten mit Schreiben vom 03.09.09 mitgeteilt, dass er nur ein abgeändertes Angebot mit dem Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und den Voraussetzungen des § 11f Abs. 4 RStV für vereinbar hält und um Klarstellung gebeten, ob der Antrag des Intendanten ein solchermaßen geändertes Angebot umfasst. Diese Klarstellung ist mit Schreiben des Intendanten vom 09.09.09 erfolgt.

### III Literaturverzeichnis

- Baacke, Dieter: Zum Konzept und zur Operationalisierung von Medienkompetenz, 1998, [www.unibielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKompetenz1.htm](http://www.unibielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKompetenz1.htm), 10.08.2009.
- BITKOM (Hrsg.): Kinder und Jugendliche im Netz. Pressekonferenz 07.07.2009, [www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Praesentation\\_Jugend\\_im\\_Web\\_07\\_07\\_2009\\_PRESSE.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Praesentation_Jugend_im_Web_07_07_2009_PRESSE.pdf), 24.07.2009.
- BITKOM (Hrsg.): Online-Werbung hat Hochkonjunktur in der Krise. Presseinformation vom 8. Juli 2009, [www.bitkom.org/de/presse/8477\\_60249.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_60249.aspx), 24.07.2009.
- Breunig, Christian: Programmqualität für Kinder. Diskussion Kinderfernsehen. Nutzungspräferenzen und Qualitätskriterien für die Programmplanung, in: Media Perspektiven (3) 1999, S. 94-110.
- Bucher, Hans Jürgen: Publizistische Qualität im Internet. Rezeptionsforschung für die Praxis, in: Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis, Opladen / Wiesbaden 2000, S. 153-172.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): Das informelle Lernen. Die internationale Erschließung einer bisher vernachlässigten Grundform menschlichen Lernens für das lebenslange Lernen aller, Berlin 2001, [www.bmbf.de/pub/das\\_informelle\\_lernen.pdf](http://www.bmbf.de/pub/das_informelle_lernen.pdf), 03.06.2009.
- Bundesministerium für Familie, Senioren Frauen und Jugend (Hrsg.): Ein Netz für Kinder - Surfen ohne Risiko? Ein praktischer Leitfaden für Eltern und Pädagogen, Berlin 2008, 5. Aufl., [www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Netz-fuer-Kinder-Elternteil,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Netz-fuer-Kinder-Elternteil,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf), 03.03.2009.
- Bundesministerium für Familie, Senioren Frauen und Jugend (Hrsg.): Übereinkommen über die Rechte des Kindes. UN-Kinderrechtskonvention im Wortlaut mit Materialien, Berlin 2007, [www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/PRM-15372-Broschure-\\_C3\\_9Cbereinkommen-\\_C3\\_BCber-die-Rechte-des-Kindes,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/PRM-15372-Broschure-_C3_9Cbereinkommen-_C3_BCber-die-Rechte-des-Kindes,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf), 03.03.2009.
- Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V. (Hrsg.): Online-Werbung wächst auch 2009. Pressemitteilung vom 3. März 2009, [www.bvdw.org/index.php?id=98&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=2932&cHash=e0e83b899c](http://www.bvdw.org/index.php?id=98&tx_ttnews[tt_news]=2932&cHash=e0e83b899c), 24.07.2009.
- Dahinden, Urs; Kaminski, Piotr; Niederreuther, Raoul: 'Content is King' - Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Qualitätsbeurteilung aus Angebots- vs. Rezipientenperspektive, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 103-126.
- Dorn, Rebecca: Pressekonkurrenz und Meinungsvielfalt, Hamburg 2004.
- Drewes, Detlef: Fernsehen, Internet & Co. Wie Kinder Medien sinnvoll nutzen können, Augsburg 2002.
- Egmont Ehapa Verlag (Hrsg.): Die KidsVerbraucherAnalyse 2008. Markt-Media Studie für Kinder-Zielgruppen im Alter von 6 bis 13 Jahre im Auftrag des Egmont



- Ehapa Verlages, 2008, [www.ehapa-media.de/pdf\\_download/Praesentation\\_%20KVA08.pdf](http://www.ehapa-media.de/pdf_download/Praesentation_%20KVA08.pdf), 19.05.2009.
- Eimeren, Birgit van; Frees, Beate: Internetverbreitung. Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008, in: Media Perspektiven 7 (2008), S. 330-344, [www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/Eimeren\\_I.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Eimeren_I.pdf), 19.05.2009.
- Eimeren, Birgit van; Frees, Beate: Der Internetnutzer 2009 - multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009, in: Media Perspektiven 7 (2009), S. 334-348, [www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/Eimeren1\\_7\\_09.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Eimeren1_7_09.pdf), 13.08.2009.
- Erfurter Netcode e.V. (Hrsg.): Positionspapier "Zehn Grundsätze des Erfurter Netcodes zum Thema Werbung auf Internetseiten für Kinder", Erfurt 2008, [www.erfurter-netcode.de/positionspapier\\_10\\_grundsaeetze.pdf](http://www.erfurter-netcode.de/positionspapier_10_grundsaeetze.pdf), 03.03.2009.
- Feil, Christine: Internet für Klein- und Vorschulkinder. Wissen & Wachsen. Schwerpunktthema Neue Medien, Wissen, 2006, [www.wissenundwachsen.de/page\\_medien.aspx?Page=95b3dbe7-d31a-4a44-a692-0f85acee0e7c](http://www.wissenundwachsen.de/page_medien.aspx?Page=95b3dbe7-d31a-4a44-a692-0f85acee0e7c), 26.02.2009.
- Feil, Christine; Decker, Regina; Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei 5- bis 12-jährigen Kindern, Wiesbaden 2004.
- Fuhs, Burkhard: Der Erfurter Netcode. Fragen zur Qualität von Internetseiten für Kinder, in: Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Hrsg.): Angebote für Kinder im Internet. Ausgewählte Beiträge zur Entwicklung von Qualitätskriterien und zur Schaffung sicherer Surfräume für Kinder, München 2004, S. 115-124.
- Fuhs, Burkhard: My first net. Kultur für Kinder oder Kultur von Kindern? Präsentation auf der Tagung ‚My first net. Internet für Vorschulkinder. Chance oder Schaden?‘, Frankfurt 2008, [www.lpr-hessen.de/files/prof\\_fuhs.pdf](http://www.lpr-hessen.de/files/prof_fuhs.pdf), 05.03.2009.
- Göpfert, Winfried: Publizistische Qualität. Ein Kriterien-Katalog, in: Bammé, Arno (Hrsg.): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung, München 1993, S. 99-109.
- Groeben, Norbert: Dimensionen der Medienkompetenz. Deskriptive und normative Aspekte, in: Groeben, Norbert; Hurrelmann, Bettina (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen, Weinheim / München 2002, S. 160-197.
- Guth, Birgit: Der Toggolino Club. Präsentation auf der Tagung ‚My first net. Internet für Vorschulkinder. Chance oder Schaden?‘, Frankfurt 2008, [www.lpr-hessen.de/files/Birgit\\_Guth.pdf](http://www.lpr-hessen.de/files/Birgit_Guth.pdf), 03.03.2009.
- Initiative D 21 (Hrsg.): Bildung via Internet: Wie vernetzt sind Deutschlands Kinder? Eine Sonderstudie im Rahmen des (N)Onliner-Atlas 2008, [www.old.initiated21.de/fileadmin/files/08\\_NOA/FSC\\_Sonderstudie\\_72dpi.pdf](http://www.old.initiated21.de/fileadmin/files/08_NOA/FSC_Sonderstudie_72dpi.pdf), 09.03.2009.
- Loosen, Wiebke; Weischenberg, Siegfried: Online-Journalismus. Mehrwert durch Interaktivität?, in: Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis, Opladen / Wiesbaden 2000, S. 71-93.
- Marzok, Eva-Maria: Auf der Suche nach Qualität im Kinderfernsehen. Entsprechende Kriterien sind jedoch schwierig zu definieren, in: Medien und Erziehung, 45. Jg. (2001), S. 161-165.

- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2008. Kinder und Medien. Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland, 2008, [www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf08/KIM08.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf08/KIM08.pdf), 26.02.2009.
- Meyer, Alexa: Die Qualität der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich - mit Fokus auf das Nachrichtenangebot, Köln 2003.
- Neuberger, Christoph: Qualität im Online-Journalismus, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 32-57.
- Nitschke, Thomas; Sattler, Henrik: Präferenzstrukturen und Zahlungsbereitschaft für Online-Medieninhalte. Eine empirische Analyse am Beispiel von Online-Videoangeboten, Hamburg 2005, [www.uni-hamburg.de/fachbereiche-einrichtungen/fb03/ihm/RP26.pdf](http://www.uni-hamburg.de/fachbereiche-einrichtungen/fb03/ihm/RP26.pdf), 18.03.2009.
- Ortner, Gerhard E.; Mikuszeit, Bernd; Szudra, Ute: Qualitätsanforderungen und Qualitätsprüfung des IB&M der GPI zur Beurteilung von didaktischen Multimediaprodukten. Berliner Multimedia-Kriterien, Berlin 2008, [www.gpi-online.de/upload/Comenius/Qualitätsanforderungen\\_Juni\\_2008\\_final.ps.pdf](http://www.gpi-online.de/upload/Comenius/Qualitätsanforderungen_Juni_2008_final.ps.pdf), 10.03.2009.
- Paus-Haase, Ingrid: Qualitätskriterien für Kinderfernsehen. Überlegungen zu Eckpunkten einer Diskussion über Qualität, in: Medien Praktisch 2 (1997), S. 53-56.
- Petzold, Matthias: Die Multimedia-Familie. Mediennutzung, Computerspiele, Telearbeit, Persönlichkeitsprobleme und Kindermitwirkung in Medien, Opladen 2000.
- Quandt, Thorsten: Qualität als Konstrukt. Entwicklung von Qualitätskriterien im Onlinejournalismus, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 58-79.
- Rössler, Patrick: Qualität aus transaktionaler Perspektive. Zur gemeinsamen Modellierung von 'User Quality' und 'Sender Quality'. Kriterien für Onlinezeitungen, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 127-145.
- Ruß-Mohl, Stephan: Am eigenen Schopfe. Qualitätssicherung im Journalismus - Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche, in: Publizistik, 37. Jg. (1992), S. 83-96.
- Schatz, Heribert; Winfried, Schulz: Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem, in: Media Perspektiven 11 (1992), S. 690-712.
- Theunert, Helga; Demmler, Kathrin: Medien entdecken und erproben. Null- bis Sechsjährige in der Medienpädagogik, in: Theunert, Helga (Hrsg.): Medienkinder von Geburt an, München 2007, S. 91-118.
- Trepte, Sabine: Medienkompetenz, in: Krämer, Nicole C. (Hrsg.): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte, Stuttgart 2008, S. 102-107.
- Vlasic, Andreas: Über Geschmack lässt sich nicht streiten - über Qualität schon? Zum Problem der Definition von Maßstäben für publizistische Qualität, in: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation, München 2004, S. 15-31.



## **IV Anlagen**

1. Angebotsbeschreibung
2. Stellungnahmen Dritter
3. Aufforderung zur Interessenbekundung  
Marktliches Gutachten  
Antwort auf Nachfragen zum marktlichen Gutachten
4. Kommentierung des Intendanten
5. GVK-Beschlussempfehlung  
Stellungnahme des ZDF-Fernsehrats  
Stellungnahme des Programmbeirats Erstes Deutsches Fernsehen  
Stellungnahmen der mitberatenden Gremien
6. Expertise zum publizistischen Beitrag von Burkhard Fuhs  
Expertise zum publizistischen Beitrag des Grimme-Instituts
7. Antworten des Intendanten vom 26.06.09, 15.07.09 und 11.08.09 zu den Fragen des Rundfunkrats
8. Schreiben des Intendanten vom 09.09.09