

**Der Kinderkanal
von ARD und ZDF**

Drei-Stufen-Test

**Kommentierung des Intendanten des MDR
zu den Stellungnahmen Dritter und zu dem Gutachten betreffend die
marktlichen Auswirkungen
im Rahmen des Drei-Stufen-Tests
für das Angebot www.kikaninchen.de gem. Ziff. II Abs. 6 des ARD-
Genehmigungsverfahrens in der Fassung vom 25.11.2008**



Gliederung

Wesentliche Ergebnisse

I. Verfahrensstand

II. Grundsätzliche Fragen

1. Rechtsgrundlagen
2. Sieben-Tage-Regelung
3. Neues Angebot des Kinderkanals im Vergleich zu vorhandenen Wettbewerbern
 - a. Verhältnis von publizistischem und ökonomischem Wettbewerb
 - b. Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs im Bereich der Telemedien
 - c. Pay-Angebote und publizistischer Wettbewerb
4. Publizistische Qualität
 - a. Beitrag des Angebots zum publizistischen Wettbewerb
 - b. Werbefreiheit
5. Aussagen zu den marktlichen Auswirkungen des Angebots

III. Zu einzelnen Aspekten der Stellungnahmen Dritter

1. Fragen der Angebotsbeschreibung
 - a. Plagiatsvorwurf
 - b. Weitere Konkretisierung des geplanten Angebotes
 - c. Keine Verletzung der Negativliste des 12. RÄStV (Negativliste)
 - d. Verbot presseähnlicher Angebote
 - e. Zur Notwendigkeit der geplanten Verweildauern
2. Das Angebot www.kikaninchen.de – als Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrages von ARD und ZDF
3. Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation – zum methodischen Ansatz

4. Qualitativer Beitrag des neuen Angebots zum publizistischen Wettbewerb und Erweiterung der publizistischen Vielfalt
 - a. Inhaltliche Qualitätskriterien des Angebotes
 - aa. Vielfalt
 - bb. Interaktion und Kommunikation
 - cc. Sprachförderung
 - dd. Abbildung der Lebenswelt
 - ee. Förderung von Medienkompetenz
 - ff. Unterhaltung als Gestaltungselement
 - b. strukturell-normative Qualitätskriterien
 - aa. Wissenschaftliche Begleitung
 - bb. Beachtung von Qualitätsstandards Dritter
5. Zu Kostenfragen des neuen Angebots

IV. Bewertung des Gutachtens zu den marktlichen Auswirkungen von EE&MC vom 10.02.2009

1. Verhältnis von publizistischem und ökonomischem Wettbewerb
2. Berücksichtigung der Beschaffungsmärkte
3. Auswirkungen auf verbundene Märkte
4. Gefährdung der kommerziellen Geschäftsmodelle

V. Ergebnis

Wesentliche Ergebnisse

Das Verfahren des Drei-Stufen-Tests räumt dem Intendanten des MDR die Möglichkeit ein, die Stellungnahmen Dritter und das Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen zu kommentieren.

Die vorliegenden Stellungnahmen Dritter und das marktökonomische Gutachten geben keine Veranlassung, das geplante Angebot www.kikaninchen.de zu verändern. Die wesentlichen Gründe hierfür sind:

1. Der Drei-Stufen-Test zu dem geplanten Angebot www.kikaninchen.de wird auf Grundlage des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags (RÄStV) sowie des ARD-Genehmigungsverfahrens für neue oder wesentlich geänderte Telemedienangebote in der Fassung vom 25.11.2008 und damit auf einer gesicherten Rechtsgrundlage durchgeführt.
2. Der 12. RÄStV kennt keine Hierarchie in der Beauftragung öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote, wonach Abrufangebote in der Regel nur für sieben Tage ins Netz gestellt werden dürfen. Das Verweildauerkonzept von www.kikaninchen.de ist hinreichend begründet und berücksichtigt die entwicklungspsychologischen Erfordernisse und die daraus abgeleiteten Lernrhythmen von Vorschülern.
3. Pay-Angebote sind bei der Prüfung des publizistischen Wettbewerbs nicht zu berücksichtigen. Im ökonomischen Gutachten sind die marktlichen Auswirkungen auf Pay-Angebote untersucht worden.
4. www.kikaninchen.de ergänzt das schon vorhandene Angebot und leistet einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb. Zu den inhaltlichen Qualitätskriterien des geplanten Angebots zählen Vielfalt, Interaktion und Kommunikation, Sprachförderung, Abbildung der Lebenswelt und Förderung der Medienkompetenz. Das für alle Kinder und ihre Eltern unabhängig vom Familieneinkommen frei zugängliche, werbefreie Angebot bietet vielfältige und hochwertige Inhalte und Formen.

5. Werbefreiheit ist für Kinderangebote als Qualitätsmerkmal anerkannt. Kinder können nicht zwischen redaktionellen Inhalten und Werbung unterscheiden.
6. Das geplante Angebot www.kikaninchen.de ist kein Plagiat. Die Idee, ein Online-Portal für Vorschulkinder mit altersgerechten medienpädagogischen Inhalten anzubieten, ist nicht schutzfähig.
7. In der Beschreibung von www.kikaninchen.de werden die wesentlichen Inhalts- und Strukturbeschreibungen sowie die pädagogischen und didaktischen Zielsetzungen nachvollziehbar dargestellt. Eine sachgerechte Stellungnahme Dritter war möglich.
8. www.kikaninchen.de verstößt mit seinen Inhalten nicht gegen die Negativliste des 12. RÄStV.
9. www.kikaninchen.de ist kein presseähnliches Angebot.
10. Das Verfahren zur Bestimmung der relevanten publizistischen Wettbewerber ist umfassend, jederzeit wissenschaftlich nachvollziehbar und methodisch strukturiert.
11. Der MDR ist bei der Darstellung des finanziellen Aufwandes für das neue Angebot seiner gesetzlichen Verpflichtung nachgekommen und hat dem Rundfunkrat sowie den Gutachtern alle erforderlichen Daten offen gelegt. Die Kostenaufstellung basiert auf der KEF-Systematik.
12. Das Marktgutachten erwartet sowohl für den betroffenen Beschaffungsmarkt als auch den Infrastrukturmarkt positive Effekte durch den Eintritt von www.kikaninchen.de. Es treten nur geringe crossmediale Auswirkungen auf verbundene Märkte auf.
13. Der Markteintritt von www.kikaninchen.de führt weder in der statischen noch in der dynamischen Betrachtung zu einer Gefährdung der kommerziellen Geschäftsmodelle bzw. zu einer Marktverdrängung privater Wettbewerber.

I. Verfahrensstand

Die von Dritten zu einer Angebotsbeschreibung eingereichten Stellungnahmen sowie das Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen sind gem. Ziffer II Abs. 6 ARD-Genehmigungsverfahren für neue oder veränderte Gemeinschaftsangebote von Telemedien in der Fassung vom 25.11.2008 vom Vorsitzenden des Rundfunkrats der federführenden Landesrundfunkanstalt unverzüglich an den Intendanten der federführenden Rundfunkanstalt zur Kommentierung weiterzuleiten.

Zu der Angebotsbeschreibung von www.kikaninchen.de haben BDZV, VDZ, VPRT, Mediengruppe RTL und MTV Networks Germany GmbH bis zum 14.01.2009 fristgerecht Stellungnahmen eingereicht. Diese Stellungnahmen sind dem Intendanten des MDR vom Rundfunkratsvorsitzenden mit Schreiben vom 21.01.2009 zur Kommentierung übermittelt worden.

Das Gutachten der Firma EE&MC, das sich mit den marktlichen Auswirkungen der geplanten Angebote befasst, wurde dem Intendanten des MDR per Mail am 11.02.2009 zur Kommentierung weitergeleitet.

II. Grundsätzliche Fragen

Die Stellungnahmen werfen grundsätzliche Fragen auf, die nachfolgend kommentiert werden. Die aus Sicht des MDR wesentlichen Aussagen dieser Stellung sind in einer Übersicht zusammengefasst, die dieser Kommentierung beigelegt ist (Anlage).

1. Rechtsgrundlagen

Vorwurf: Der MDR führe den Drei-Stufen-Test für das Angebot www.kikaninchen.de noch vor Inkrafttreten des 12. RÄStV ohne Rechtsgrundlage durch. Darüber hinaus wird auch eine Aussetzung des Tests bis zum Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages (12. RÄStV) gefordert.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben sich im Herbst 2007 gegenüber den Ländern freiwillig dazu verpflichtet, neue Telemedien schon vor Inkrafttreten des neuen Staatsvertrages nur nach vorheriger Durchführung des Drei-Stufen-Tests anzubieten. Damit werden keine Regelungen umgangen, sondern ARD und ZDF machen mehr als nach gegenwärtiger Rechtslage gefordert ist. Der Drei-Stufen-Test zu dem geplanten Angebot www.kikaninchen.de ist transparent.

Grundlage des Tests bilden sowohl der 12. RÄStV, der am 18.12.2008 von den Ministerpräsidenten unterzeichnet und inzwischen den Landtagen zur Ratifizierung zugeleitet wurde als auch das ARD-Genehmigungsverfahren für neue oder veränderte Gemeinschaftsangebote von Telemedien, das am 25.11.2008 von der GVK verabschiedet wurde.

Das in diesem Zusammenhang geforderte Moratorium neuer Telemedienangebote wäre weder mit der verfassungsrechtlich garantierten Entwicklungsgarantie noch mit dem 12. RÄStV zu vereinbaren. Die materiellrechtlichen Voraussetzungen für den Drei-Stufen-Test sind geklärt. Sie können von den Gremien nachvollzogen und verfahrenstechnisch eingehalten werden. Ebenso wenig stellt es für die privaten Wettbewerber ein grundsätzliches Problem dar, im Einzelfall Stellungnahmen zu den Prüfkriterien des Drei-Stufen-Tests abzugeben.

Fazit: Der Drei-Stufen-Test wird auf einer gesicherten Rechtsgrundlage durchgeführt.

2. Sieben-Tage-Regelung

Vorwurf: Der Rundfunkstaatsvertrag sehe für die Verweildauer von Telemedien im Netz ein Regel-Ausnahme-Verhältnis vor. Abrufangebote dürften in der Regel nur für sieben Tage nach Ausstrahlung der entsprechenden Sendung im linearen Programm ins Netz gestellt werden. Über sieben Tage hinausgehende Angebote sollen nur in Ausnahmefällen zulässig sein und eine besondere Begründung benötigen.

Dem Rundfunkstaatsvertrag ist eine Hierarchie in der Beauftragung öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote unbekannt. Vielmehr sieht § 11f des 12.

RÄStV für den Auftrag von ARD und ZDF im Telemedienbereich die folgenden vier gleichrangige Varianten vor:

- Hörfunk- und Fernsehsendungen dürfen bis zu 7 Tage nach ihrer Ausstrahlung im linearen Programm auf Abruf bereit gestellt werden. Der Auftrag erfolgt unmittelbar aus dem Staatsvertrag. Ein Telemedienkonzept ist nicht erforderlich.
- Sendungsbezogene Telemedien dürfen bis zu 7 Tage nach deren Ausstrahlung On-Demand angeboten werden. Sendungsbezogene Telemedien sind in Telemedienkonzepten entsprechend § 11 Abs. 1 des 12. RÄStV zu beschreiben.
- Sendungen und sendungsbezogene Telemedien nach Ablauf von 7 Tagen sowie nichtsendungsbezogene Telemedien dürfen angeboten werden, wenn sie den Drei-Stufen-Test durchlaufen haben.
- Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten sind zeitlich unbefristet nach Maßgabe der gem. § 11f des 12 RÄStV zu erstellenden Telemedienkonzepte möglich.

Damit erhalten die Rundfunkanstalten von den Ländern einen einheitlichen, unteilbaren Telemedienauftrag, der sich entweder direkt aus dem Rundfunkstaatsvertrag oder aus den von den Rundfunkräten genehmigten Telemedienkonzepten ergibt.

Fazit: Dem Rundfunkstaatsvertrag ist eine Hierarchie in der Beauftragung öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote unbekannt. Vielmehr sieht § 11f des 12. RÄStV für den Auftrag von ARD und ZDF im Telemedienbereich vier gleichrangige Varianten vor.

3. Neues Angebot des Kinderkanals im Vergleich zu vorhandenen Angeboten

Vorwurf: Die ökonomischen Auswirkungen des geplanten Angebotes seien bereits bei der Betrachtung des publizistischen Wettbewerbs zu berücksichtigen.

Dies gibt Anlass, auf das Verhältnis von publizistischem und ökonomischem Wettbewerb einzugehen.

a. Verhältnis von publizistischem und ökonomischem Wettbewerb

Die privaten Wettbewerber vermischen bei ihren Stellungnahmen in unzulässiger Weise Fragestellungen des ökonomischen Wettbewerbs mit denen des publizistischen Wettbewerbs.

Der Beitrag eines Angebots zum publizistischen Wettbewerb ist gem. § 11f Entwurf 12. RÄStV auf einer eigenen, nämlich der zweiten Stufe zu prüfen. Dabei sind Aussagen darüber zu treffen, in welchem Umfang das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt.

Das Bundesverfassungsgericht hat sich in seinem Baden-Württemberg-Beschluss (BVerfGE 74, 297) eingehend mit der Sicherung der publizistischen Vielfalt auf dem Medienmarkt befasst. In seiner jüngsten Entscheidung vom 11.09.2007 hat es diese Rechtsprechung für die digitale Welt bestätigt, wonach der publizistische Wettbewerb keine staatlichen Beschränkungen verträgt und wirtschaftliche Gründe den Gesetzgeber nicht zum Eingriff in den publizistischen Wettbewerb berechtigen.

Der publizistische Wettbewerb dient dem Streit der Meinungen und dem Wettbewerb um Werte, Weltanschauungen sowie politische und gesellschaftliche Leitvorstellungen. Er wird um die Aufmerksamkeit der Zuschauer, Zuhörer und Nutzer geführt. „Markt“ im Sinne des publizistischen Wettbewerbs meint den Marktplatz als Forum des freien und öffentlichen gesellschaftlichen Diskurses. Kennzeichnend für einen gut funktionierenden publizistischen Wettbewerb ist die Vielfalt der Berichterstattung. Ziel der deutschen Rundfunkordnung ist daher die Vielfaltssicherung.

Demgegenüber ist der ökonomische Wettbewerb definiert als Wettbewerb um Marktanteile und Renditen. Ziel ist eine Maximierung der Gewinne. „Markt“ im ökonomischen Sinne wird verstanden als ein Ort des Tausches, auf dem Angebot und Nachfrage mittels des Preises koordiniert werden. Ökono-

mischer Wettbewerb kann den publizistischen Wettbewerb fördern, garantiert aber per se noch keinen publizistischen Wettbewerb.

Diesen Vorrang des publizistischen Wettbewerbs greift der 12. RÄStV auf. Beim Drei-Stufen-Test nach dem Rundfunkstaatsvertrag bilden die marktlichen Auswirkungen keine eigene Prüfungsstufe, sondern sind als ein Element vom Rundfunkrat bei seiner Entscheidungsfindung mit zu berücksichtigen.

b. Abgrenzung des publizistischen Wettbewerbs im Bereich der Telemedien

In den Stellungnahmen wird behauptet, der publizistische Wettbewerb sei weitaus umfassender zu verstehen als dies in den Angebotsbeschreibungen dargestellt werde.

Stattdessen wird gefordert, dass alle auf dem Markt erhältlichen Angebote, die sich an Kinder richten als publizistische Wettbewerber eingeordnet werden. Zur Begründung wird angeführt, das Hinzutreten von www.kikaninchen.de könne auch bei Printprodukten, Fernsehprogrammen und anderen für Kinder konzipierten Medienangeboten zu Nachfrageverlusten führen.

Dieser Auffassung steht der 12. RÄStV entgegen. Bei der Prüfung des publizistischen Wettbewerbs sind nach dem Wortlaut von § 11f Abs. 4 des 12. RÄStV allein die Qualität und Quantität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote zu berücksichtigen. Dabei handelt es sich um andere Telemedienangebote, mit denen der Kinderkanal in publizistische Konkurrenz tritt. Es geht somit um den publizistischen Wettbewerb im Telemedienbereich.

Der Gesetzgeber hat nicht vorgesehen, dass beispielsweise Zeitungen, Spiele oder DVDs im Rahmen eines Drei-Stufen-Tests, der für Telemedienangebote durchgeführt wird, mit zu berücksichtigen sind.

Für journalistisch-redaktionell veranlasste und journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gilt nach § 11f Abs. 4 des 12. RÄStV auf der Ebene der Telemedien nichts anderes. Sie befinden sich

im publizistischen Wettbewerb zu bereits vorhandenen vergleichbaren Telemedienangeboten, wobei auch solche des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu berücksichtigen sind.

Fazit: Die Frage, ob sich ökonomische Nachteile für die Wettbewerber ergeben können, ist nicht bei der Analyse des publizistischen Wettbewerbs zu berücksichtigen. Dieser Punkt kann bei den marktlichen Auswirkungen begutachtet werden.

c. Pay-Angebote und publizistischer Wettbewerb

Vorwurf: Pay-Angebote seien bei der Prüfung des publizistischen Wettbewerbs nicht mit einbezogen worden.

Auch insoweit ist zwischen publizistischem und ökonomischem Wettbewerb zu differenzieren. Gem. § 11f Abs. 4 des 12. RÄStV sind für den publizistischen Wettbewerb die **Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote** zu berücksichtigen. Schon aus dem Wortlaut dieser Vorschrift ergibt sich, dass Pay-Angebote insoweit nicht zu berücksichtigen sind. Pay-Angebote sind nicht frei, sondern kostenpflichtig und nur denjenigen Nutzern zugänglich, die bereit sind, dafür ein Entgelt zu bezahlen. Sie sind bei der Prüfung des publizistischen Wettbewerbs nicht zu berücksichtigen.

Pay-Angebote können allerdings bei der Prüfung der marktlichen Auswirkungen mit berücksichtigt werden, wie dies bei dem marktlichen Gutachten zu www.kikaninchen.de der Fall ist.

Fazit: Pay-Angebote sind bei der Prüfung des publizistischen Wettbewerbs nicht zu berücksichtigen. Sie können bei der Prüfung der marktlichen Auswirkungen mit berücksichtigt werden.

4. Publizistische Qualität

a. Beitrag des Angebots zum publizistischen Wettbewerb

Vorwurf: Das geplante Angebot weise gegenüber den privaten Angeboten nicht den erforderlichen Mehrwert auf. Dieser Mehrwert sei nicht gegeben, weil die private Konkurrenz vergleichbare Angebote bereit stelle.

§ 11 Abs. 4 des 12. RÄStV verlangt eine Prüfung, **in welchem Umfang durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird**. Ein Mehrwert in dem Sinne, dass ein völlig neues Angebot erforderlich wäre, das es bislang am Markt so noch nicht gegeben hat, verlangt der 12. RÄStV gerade nicht. Dies entspricht auch den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts zum publizistischen Wettbewerb. Dieser soll eine möglichst große Vielfalt der Meinungen gewährleisten.

Dieser qualitative Beitrag zum publizistischen Wettbewerb ist gegeben (s. Ziffer III.4.). Das geplante Angebot des Kinderkanals bereichert das für Kinder frei zugängliche Telemedienangebot.

Fazit: www.kikaninchen.de **bereichert den publizistischen Wettbewerb.**

b. Werbefreiheit

Vorwurf: **Pay-Angebote seien ebenfalls werbefrei. Darum könne die Werbefreiheit des geplanten Angebots kein Alleinstellungsmerkmal sein.**

Pay-Angebote, die nur gegen ein Entgelt zugänglich sind, stehen nicht im publizistischen Wettbewerb mit dem frei zugänglichen Angebot des Kinderkanals. Die frei zugänglichen privaten Angebote finanzieren sich in der Regel auch über Werbung. Diese ist zweifellos eine wichtige Finanzierungsgrundlage. Gleichwohl hat das Bundesverfassungsgericht wiederholt auf die vielfaltsverengenden Zwänge hingewiesen, denen sich ein von Werbeeinnahmen abhängiger Rundfunkveranstalter ausgesetzt sieht. Die Programmgestaltung muss sich in verstärktem Maß an den Einschaltquoten orientieren, um möglichst hohe Werbepreise zu erzielen. Vergleichbare Effekte sind bei den frei zugänglichen Telemedienangeboten nicht auszuschließen. Dies gilt für Angebote, die sich an Kinder richten, in ganz besonderer Weise.

Fazit: **Für den Kinderkanal ist festzustellen, dass das für alle Kinder und ihre Eltern unabhängig vom Familieneinkommen frei zugängliche, werbefreie Angebot www.kikaninchen.de den publizistischen Wettbewerb in besonders positiver Weise bereichert.**

5. Aussagen zu den marktlichen Auswirkungen des Angebots

Vorwurf: Der MDR müsse schon in der veröffentlichten Angebotsbeschreibung selbst Ausführungen zu den marktlichen Auswirkungen des geplanten Vorhabens treffen.

§ 11f Abs. 4 des Entwurfes zum 12. RÄStV fordert lediglich, dass die Rundfunkanstalt gegenüber ihrem zuständigen Gremium auch Aussagen über die marktlichen Auswirkungen des geplanten Angebots trifft. Aus dieser Verpflichtung folgt jedoch noch nicht zwingend, dass diese Ausführungen schon zu Beginn des Verfahrens gemacht werden müssen. Hiergegen spricht insbesondere, dass der Rundfunkrat gem. § 11f Abs. 5 des Entwurfs zum 12. RÄStV zwingend gutachterliche Beratung durch unabhängige Sachverständige in Auftrag zu geben hat.

Zu den marktlichen Auswirkungen wird im Rahmen dieser Kommentierung unter Ziffer IV. Stellung genommen.

Fazit: Es besteht keine Verpflichtung, sich bereits in der Angebotsbeschreibung mit den marktlichen Auswirkungen zu befassen.

III. Zu einzelnen Aspekten der Stellungnahmen Dritter

1. Fragen der Angebotsbeschreibung

a. Plagiatsvorwurf

Vorwurf: www.kikaninchen.de sei ein Plagiat des Abo-Angebots www.toggolino.de.

Der Plagiatsvorwurf der Mediengruppe RTL bezieht sich allein auf die Übernahme der dem Toggolino-Portal zugrunde liegenden Ideen bzw. des abstrakten Konzepts, ein Online-Portal für Vorschulkinder mit altersgerechten medienpädagogischen Inhalten anzubieten. Ein Format- oder Ideenschutz besteht jedoch weder im deutschen Urheberrecht noch im deutschen Wettbewerbsrecht. Eine Schutzfähigkeit kann sich allein aus den formgebenden und gestalterischen Elementen der Website des Toggolino-Portals ergeben.

Deren Übernahme ist jedoch durch das geplante KI.KAninchen-Portal, das eigene Inhalte, Angebote und Gestaltungen vereinen wird, nicht zu erwarten und wird von der Mediengruppe RTL auch nicht behauptet.

Beide Angebote zielen zwar auf das Alterssegment Vorschule sowie die erweiterte Zielgruppe der Eltern und Pädagogen ab. Beide Angebote nehmen für sich in Anspruch, Lern- und Bildungsmöglichkeiten anzubieten, sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe zu orientieren. Beide bieten einen Elternbereich an. Die Inhalte beider Angebote unterscheiden sich aber grundlegend voneinander. Im Gegensatz zu TOGGOLINO wird sich das Angebot von www.kikaninchen.de durch die strenge Ableitung des Online-Angebots von Namen, Design, Ästhetik, Figur und Sendungsinhalten des linearen KI.KA-Programms unterscheiden. Bei www.toggolino.de fehlt es an einer umfangreichen Verknüpfung von linearem Fernseh- und Onlineangebot. Hier liegt vielmehr der Schwerpunkt auf Spielen, die von den Kindern online gespielt werden können.

Fazit: Das geplante Angebot www.kikaninchen.de ist kein Plagiat des seit 2002 von SUPER RTL angebotenen www.toggolino.de.

b. Weitere Konkretisierung des geplanten Angebotes

Vorwurf: Eine Stellungnahme zum geplanten Angebot wäre nicht sachgerecht möglich gewesen. Der Umfang des Angebots sei näher darzulegen.

Die Beschreibung von www.kikaninchen.de erfolgte auf einer mittleren Abstraktionsebene. Die wesentlichen Inhalts- und Strukturbeschreibungen sowie die pädagogischen und didaktischen Zielsetzungen – Kinder- und Elternansprache, Lernspiele, Förderung von Interaktion und Kommunikation, Sprachförderung, Einbindung des Vorschul-Players und der schon vorhandenen Vorschulangebote in www.kikaninchen.de - sind in der Angebotsbeschreibung nachvollziehbar dargestellt. Diese Beschreibung ermöglicht Dritten, sich auf den Wettbewerb mit dem neuen Angebot www.kikaninchen.de einzurichten und in ihre weiteren Planungen mit einzubeziehen.

Die eingegangenen Stellungnahmen belegen im Übrigen, dass der Inhalt der Angebotsbeschreibung den Wettbewerbern eine inhaltliche Auseinandersetzung ermöglicht hat.

Fazit: Die Angebotsbeschreibung von www.kikaninchen.de ist hinreichend konkret. Eine sachgerechte Stellungnahme war möglich.

c. Keine Verletzung der Negativliste des 12. RÄStV

Vorwurf: Mit den für den Vorschul-Player geplanten Zusatzfunktionen werde gegen Ziffer 4 der Negativliste (Verbot von Bewertungsportalen für Dienstleistungen, Einrichtungen und Produkten) verstoßen.

Die bei KI.KAplus für Vorschüler angebotene Mediathek – der Vorschul-Player – kann auch von www.kikaninchen.de aus abgerufen werden. Dieser Vorschul-Player wird über einige Zusatzfunktionen, wie Videobewertung, Nutzerempfehlungen, die Anzeige ähnlicher Sendungen aus dem Programm oder das Versenden von Playlists verfügen. Kinder und deren Eltern können zu den jeweils abgerufenen Sendungen des Kinderkanals ihre Bewertung abgeben oder sehen, welche ähnlichen Sendungen in der Mediathek angeboten werden. Sendungen oder Produkte Dritter können nicht bewertet werden.

Diese Funktionen sind lediglich ein Annex der geplanten KI.KA-Mediathek und beziehen sich nur auf die eigenen Angebote. Sie stellen nicht wie bei reinen Bewertungsportalen den eigentlichen Kern des Angebots dar. Solche Zusatzfunktionen sind inzwischen üblicher Standard vieler Online-Angebote.

Fazit: Die geplanten Zusatzfunktionen stellen kein Bewertungsportal im Sinne der Negativliste dar.

Vorwurf: Auf www.kikaninchen.de fehle den geplanten Spieleangeboten der nach Ziffer 14 der Negativliste geforderte Sendungsbezug.

Der Kinderkanal achtet bei seinen Planungen darauf, dass die bei www.kikaninchen.de angebotenen Spiele den gesetzlich geforderten Sendungsbezug aufweisen. Dazu werden insbesondere die Hauptprotagonisten

der jeweiligen Sendungen (Mensch und KI.KAninchen) sowie die Sendungsinhalte für das Onlineangebot zielgruppenspezifisch aufbereitet.

Bei den Spielen wird bei der linearen Sendung „KI.KAninchen“ der Bildungscharakter im Vordergrund stehen. Ein Beispiel hierfür ist das „Erlernen von Zahlen“: In der Sendung entdecken die Protagonisten, was in ihrer Umwelt doppelt vorhanden ist (Augen, Ohren, Beine). Sie fordern die Zuschauer auf, in ihrer Umwelt nach Doppelungen zu suchen. Diese Aufgabe wird in Form eines Spiels in das Online-Angebot von www.kikaninchen.de übertragen.

Fazit: Ein Sendungsbezug ist für jedes im Rahmen von www.kikaninchen.de geplante Spiel gegeben. Es liegt kein Verstoß gegen die Negativliste vor.

Vorwurf: www.kikaninchen.de sei ein Forum oder Chat ohne Sendungsbezug gemäß Ziffer 17 der Negativliste.

www.kikaninchen.de bietet keine Foren oder Chats ohne Sendungsbezug und redaktionelle Begleitung an. Vorschüler können mangels der dazu erforderlichen Fähigkeiten nicht in Foren und Chats kommunizieren oder selbst Bilder und Texte hochladen. www.kikaninchen.de wird aber den Eltern die Möglichkeit bieten, sich in einem speziellen Bereich zum Beispiel über Sendungsinhalte auszutauschen. Dieses Angebot ist unteilbar an einzelne Sendungen und deren Themen gekoppelt und wird stets redaktionell betreut.

Fazit: www.kikaninchen.de ist kein Forum oder Chat ohne Sendungsbezug und redaktionelle Betreuung im Sinne der Negativliste.

Vorwurf: www.kikaninchen.de könne ein Softwareangebot enthalten, welches nicht nur zur Wahrnehmung des eigenen Angebots erforderlich sei und somit gegen Ziffer 10 der Negativliste verstoße.

Unter www.kikaninchen.de sollen Mal- und Bastelvorlagen wie zum Beispiel die Bastelbögen aus der linearen Sendung „Mit-Mach-Mühle“ zum Ausdrucken angeboten werden. Eine Bastelvorlage ist keine Software, das heißt sie ist kein Computerprogramm wie ein Betriebs- oder Textverarbeitungsprogramm, dar. Es ist nicht geplant, unter www.kikaninchen.de Software anzubieten, die nicht zur Wahrnehmung des eigenen Angebotes dient.

Fazit: www.kikaninchen.de bietet keine Software im Sinne von Ziffer 10 der Negativliste an.

Vorwurf: www.kikaninchen.de könne gegen Ziffer 15 (Fotodownload ohne Sendungsbezug) verstoßen.

Unter www.kikaninchen.de wird kein Fotodownload ohne Sendungsbezug angeboten. Unter einem Download im Sinne der Negativliste ist das Herunterladen von Fotos aus dem Internet auf den eigenen Computer zum dauerhaften Verbleib zu verstehen. Eine solche Funktion wird es beim dem geplanten Angebot nicht geben.

Fazit: www.kikaninchen.de bietet keinen Fotodownload an. Ein Verstoß gegen die Negativliste ist nicht gegeben.

Vorwurf: www.kikaninchen.de würde Musikdownload von kommerziellen Fremdproduktionen anbieten und gegen Ziffer 13 der Negativliste verstoßen.

Es ist nicht geplant, über www.kikaninchen.de kommerzielle Fremdproduktionen zum Download anzubieten. Die unter www.kikaninchen.de abrufbaren Lieder können zwar im Internet angehört werden, sie werden den Nutzern nicht zum Download - das heißt zur dauerhaften Speicherung auf dem eigenen Rechner - zur Verfügung gestellt. Die Möglichkeit, einen Liedtext online nachzulesen oder abzurufen, stellt ebenfalls keinen Musikdownload dar. Sofern der Kinderkanal über eigenproduzierte Lieder verfügt, können diese in begründeten Ausnahmefällen den Nutzern zum Download angeboten werden.

Die unter www.kikaninchen.de angebotene Musik wird die kommerziellen Interessen der Musikindustrie nicht verletzen.

Fazit: Unter www.kikaninchen.de werden keine kommerziellen Musikproduktionen zum Download bereit gestellt. Die zur Förderung von Sprache und Musik angebotenen Lieder und Liedtexte verstoßen ebenfalls nicht gegen die Negativliste.

d. Verbot presseähnlicher Angebote

Vorwurf: www.kikaninchen.de sei ein presseähnliches Angebot im Sinne von § 11 d Absatz 2 Nr. 3 letzter Halbsatz 12. RÄStV und deshalb unzulässig.

www.kikaninchen.de ist als Onlineangebot für Vorschüler geplant. Es entspricht in seiner Anmutung nicht dem Erscheinungsbild einer gedruckten Zeitung oder Zeitschrift. Der Schwerpunkt des geplanten Angebotes liegt entsprechend den Vorgaben des 12. RÄStV in der Verknüpfung von Text, Ton und Bild und damit in einer fernsehähnlichen Gestaltung.

Fazit: www.kikaninchen.de ist kein presseähnliches Angebot.

e. Zur Notwendigkeit der geplanten Verweildauern

Vorwurf: Im 12. RÄStV sei eine Frist von sieben Tagen für Abrufangebote vorgesehen. Diese werde durch das vorgelegte Verweildauerkonzept unzulässig überschritten. Die Abweichung sei unzureichend begründet.

In der Angebotsbeschreibung ist ein nach Genres differenziertes Verweildauerkonzept bereits enthalten. Die abgestufte Verweildauer entspricht den Vorgaben des 12. RÄStV (s.o. Ziffer II.2.).

Wie bereits erläutert, variieren im Segment der Vorschüler die Lern- und Entwicklungsstufen stark. Es ist nicht geplant, eingestellte Sendungen pauschal 24 Monate vorzuhalten. Die Vorhaltezeiträume werden redaktionell abgestuft und orientieren sich an den konkreten Inhalten der jeweiligen Sendung sowie den Bedürfnissen der Zielgruppe, vor allem aber an den entwicklungspsychologischen Erfordernissen und den daraus abgeleiteten Lernrhythmen. So muss die Verweildauer bei Sendungen für Vorschüler (drei bis sechs Jahre) länger sein als bei Sendungen für Preteens (ab zehn Jahren). Entscheidend für die Festlegung der Verweildauer für Vorschüler sind Alter, Nutzwert und Aktualität.

In den vorgehaltenen Sendungen werden bewusst unterhaltsame Elemente eingesetzt, mit dem Ziel, die Lernmotivation zu steigern sowie den Lernprozess effizienter und erfolgreicher zu gestalten. Wiederholungen dienen gera-

de bei Vorschülern der emotionalen Bindung und damit der Erzielung von Lernerfolgen. Auch im Programm werden Sendungen wiederholt. Somit soll die gelernte und erfolgreiche Praxis von verlässlich auffindbaren Sendungen auch auf die unter www.kikaninchen.de vorgehaltenen Inhalte übertragen werden.

Die Zugriffszahlen von www.kika.de belegen, dass die bereits jetzt vereinzelt vorhandenen Vorschulangebote zu den beliebtesten und frequentiertesten zählen. Daher prognostiziert der Kinderkanal in den nächsten Jahren einen erheblichen Zuwachs der Zugriffszahlen. Anders als Erwachsene sind Kinder nicht täglich online, verweilen im Durchschnitt etwa eine halbe Stunde im Netz.¹ Die Eltern entscheiden, ob, wie lange und welche Internetinhalte ihr Kind nutzen darf. Die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrages unterliegt demzufolge bei Vorschülern besonderen Rahmenbedingungen. Eine längere Verweildauer bedeutet deshalb grundsätzlich, Kindern Sendungsinhalte aus den Bereichen Information, Wissen, Bildung, Beratung und Unterhaltung nachhaltig und verlässlich zugänglich zu machen.

Fazit: Das Verweildauerkonzept verstößt nicht gegen die Vorgaben des 12. RÄStV. Das Konzept ist hinreichend begründet und berücksichtigt die entwicklungspsychologischen Erfordernisse und die daraus abgeleiteten Lernrhythmen von Vorschülern.

2. Das Angebot www.kikaninchen.de als Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrages von ARD und ZDF

Vorwurf: Ein Vorschulangebot wie www.kikaninchen.de sei nicht vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst.

Mit dem 12. RÄStV erhalten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten einen originären Auftrag für Telemedien. Diese sollen allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen, Orientierungshilfe geben sowie die Medienkompetenzen aller Generationen und Minderheiten fördern.

¹ KIM 2008

Der öffentlich-rechtliche Programmauftrag und die Beauftragung zu Telemedien gelten gerade auch für Kinder im Vorschulalter. Mit www.kikaninchen.de erfährt die anerkannte Kompetenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für Vorschulkinder eine nutzerorientierte Ausprägung als Telemedium. Auftragsgemäß werden dabei spielerisch Bildungs-, Beratungs- sowie Sprachförderangebote für alle Kinder, auch Migranten, unterbreitet.

Wie wichtig qualitativ anspruchsvolle Medienangebote für Kinder sind, zeigt auch der Umstand, dass seit 1992 in Deutschland die 1989 beschlossene UN-Konvention über die Rechte des Kindes gilt. Darin wird „die wichtige Rolle der Massenmedien“ benannt, und es wird zur Pflicht gemacht, „dass das Kind Zugang zu Informationen und Material hat aus einer Vielfalt nationaler und internationaler Quellen, insbesondere derjenigen, welche die Förderung seines sozialen, seelischen und sittlichen Wohlergehens sowie seiner körperlichen und geistigen Gesundheit zum Ziel haben.“ Die Vertragsstaaten sollen daher „die Massenmedien ermutigen, Informationen und Material zu verbreiten, die für das Kind von sozialem und kulturellem Nutzen sind“. www.kikaninchen.de greift diese Ermutigung auf und ist ein frei zugängliches, auf die Bedürfnisse von Kindern hin entwickeltes Angebot im Sinne der UN-Kinderrechtskonvention.

Die in der Angebotsbeschreibung dargelegte Vermittlung von Medienkompetenz und Orientierung für Kinder und ihre Erziehenden entspricht den staatsvertraglichen Vorgaben.

Fazit: Das Telemedienangebot www.kikaninchen.de nimmt den öffentlich-rechtlichen Auftrag von ARD und ZDF gezielt für Kinder im Vorschulalter wahr.

3. Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation – zum methodischen Ansatz

Vorwurf: Die Bestimmung der publizistischen Wettbewerber sei oberflächlich, unstrukturiert und unsystematisch erfolgt.

Der MDR hat die Bestimmung der publizistischen Wettbewerber mit größter Sorgfalt und hohem Aufwand vorgenommen.

Die dabei gewählte Vorgehensweise sowie der mehrstufige Suchvorgang sind unter Ziffer IV. der Angebotsbeschreibung dargestellt worden. Ergänzend dazu ist darauf hinzuweisen, dass der MDR das unabhängige und in der Fachwelt anerkannte Institut Goldmedia mit Sitz in Berlin mit der Durchführung der publizistischen Wettbewerbsanalyse für www.kikaninchen.de beauftragt hat, deren Ergebnisse in der Angebotsbeschreibung zusammengefasst sind.

Das gewählte Verfahren ist sachgerecht, verhältnismäßig und für Dritte nachvollziehbar. Dabei wurde ein der Fachliteratur entsprechendes, methodisch systematisches, transparentes und jeder Zeit nachvollziehbares Verfahren gewählt.

Die für www.kikaninchen.de relevanten publizistischen Wettbewerber werden auf Grundlage des – wissenschaftlich belegten - üblichen Suchverhaltens im Internet aus einer unbegrenzten Anzahl von Internetseiten herausgefiltert. Die Abgrenzung des relevanten Wettbewerberumfeldes folgt gängigen Abgrenzungsregeln für den publizistischen Wettbewerb (Zielgruppe, Sprachraum, Angebotsbreite und Bekanntheit) und basiert auf einer systematischen Beschreibung der ermittelten Wettbewerber nach einem vorgegebenen Kategoriensystem.

Die Suche nach den relevanten Wettbewerbern hat sich in vier Teilschritten den beiden Kernbegriffen „Vorschulkinder“ und „Onlineangebot“ genähert.

Im ersten Schritt wurde nach entsprechenden Schlagwörtern („Kinderwebsites“, „Kinderwebseiten“, „Onlineportale Kinder“, „Vorschule“, „Vorschulkinder“, „Kinderangebote Übersicht“ und „Kinderangebote Datenbanken“) auf www.google.de, www.google.at, www.google.ch und www.mister-wong.de gesucht. Betrachtet wurden alle Treffer der ersten drei Ergebnisseiten. Dies erweitert das übliche Suchverhalten im Internet, wonach circa 80 Prozent der Nutzer lediglich die ersten fünf bis zehn Ergebnistreffer der ersten Seite beachten².

² Vgl. "Web Information Retrieval" von Dirk Lewandowski; entsprechendes Kapitel auch unter: <http://www.durchdenken.de/lewandowski/web-ir/?26> Nutzerstudien.html
Kommentierung www.kikaninchen.de

Um sich nicht auf die Suchmaschine Google zu beschränken, wurde im zweiten Schritt eine Vergleichssuche über www.yahoo.de mit den oben genannten Suchbegriffen durchgeführt sowie die Themenkategorien auf www.yahoo.de nach passenden Angeboten durchsucht.

In einem dritten Schritt wurden etablierte Kindersuchmaschinen und Linklisten von Kinderangeboten nach den vorgenannten Suchbegriffen durchsucht (www.blinde-kuh.de, www.schulen-ans-netz.de, www.bildungsserver.de, www.bonnibonifatius.de, www.interkindernet.de, www.kinder.at, www.canisius.de, www.seitenstark.de, www.urban.gmxhome.de). Alle Treffer oder Links wurden berücksichtigt.

Abschließend erfolgte im vierten Schritt eine Prüfung, ob es zusätzlich über Stufe eins bis drei hinausgehende, weitere relevante öffentlich-rechtliche Angebote gibt.

Insgesamt wurden 33 relevante publizistische Wettbewerber gefunden. Die Suche über Linklisten erzielte die meisten Ergebnisse. Die wenigsten Treffer erbrachte die Google-Suche.

Fazit: **Das Verfahren zur Bestimmung der relevanten publizistischen Wettbewerber ist umfassend, methodisch strukturiert und jederzeit wissenschaftlich nachvollziehbar.**

Vorwurf: **Es erfolgte keine systematische und umfassende Auseinandersetzung mit den Angeboten der relevanten publizistischen Wettbewerber.**

Alle 33 relevanten publizistischen Wettbewerber wurden ausführlich auf Grundlage einer der Fachliteratur entsprechenden Definition des publizistischen Wettbewerbs und auf Basis einer Kriterienliste analysiert. Nicht die Vielzahl der Angebote ist demnach entscheidend, sondern deren publizistische Vielfalt, Qualität und Relevanz.

Es wurden folgende Kategorien verwendet:

- *inhaltliche Informationen* (Nachrichten/Information, Bildung/ Wissensvermittlung, Unterhaltung, Animation/Real, Medienkompetenzvermittlung),

- *Interaktion* (Malen, Basteln, Spiele, Community),
- *kommerzielle Verbindungen* (Shop, Nähe zu Konsumgütern des Anbieters, Kaufanreize, Vorhandensein von Werbung und Sponsoring),
- *zielgruppenspezifische Informationen* (Zielgruppe, Elterninformationen, pädagogische Hinweise, altersgerecht, Kindersicherheit),
- *technische und strukturelle Informationen* (Livestream, Video, Audio, Flash-Player),
- *allgemeine Informationen* (Anbieter, Internetadresse, Business-Modell, kurze inhaltliche Beschreibung, Unternehmen, Standort).

Auf dieser Grundlage wurden *Wettbewerber in Teilbereichen* sowie *umfassende Wettbewerber* bestimmt und der qualitative Beitrag zum publizistischen Wettbewerb abgeleitet.

Fazit: **Es erfolgte eine systematische und methodisch strukturierte Auseinandersetzung mit allen relevanten Wettbewerbern.**

4. Qualitativer Beitrag des neuen Angebots zum publizistischen Wettbewerb und Erweiterung der publizistischen Vielfalt

Vorwurf: www.kikaninchen.de leiste keinen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb.

Das geplante Vorschulportal www.kikaninchen.de wird - wie bereits in der Angebotsbeschreibung ausgeführt - einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leisten. Dazu gehören inhaltliche sowie strukturell-normative Qualitätskriterien.

a. Inhaltliche Qualitätskriterien des Angebotes

Zu den inhaltlichen Qualitätskriterien des geplanten Angebots zählen Vielfalt, Interaktion und Kommunikation, Sprachförderung, Abbildung der Lebenswelt und Förderung der Medienkompetenz.

aa. Vielfalt

Eine Vielfalt an Inhalten, Genres und journalistischen Formen sind Qualitätsmerkmale. Vielfalt heißt ebenso, ein breites, altersspezifisches Angebot bereitzustellen. Vielfältige Angebote im öffentlich-rechtlichen Kinderfernsehen dienen der Geschmacksbildung der jungen Zuschauer. Die unter www.kikaninchen.de bereit gestellten Inhalte bieten ebenso eine große Vielfalt, um die Zielgruppe adäquat zu fördern und zu unterhalten. Sie werden mehrmals wöchentlich aktualisiert.

„Qualität im Kinderfernsehen ist all das, was Kinder unterstützt, ihre Themen zu verarbeiten, ihr Leben zu bewältigen und sich als aktiver Teil der Gesellschaft zu verstehen.“³ Dem entsprechend sollen die Sendung „KI.KAninchen“ und das Onlineangebot www.kikaninchen.de Qualitätsangebote aller öffentlich-rechtlichen Programme von Wissens- bis Unterhaltungssendungen für Vorschüler vereinen. Durch vorschulgerechte Verlinkungen werden die bereits existierenden Internetangebote bei ARD und ZDF (wie „Die Sendung mit dem Elefanten“ oder „Siebenstein“) integriert.

www.kikaninchen.de wird vielfältige Anreize schaffen, damit sich Kinder bei Bedarf die Sendungsinhalte aufgreifen und in ihren Alltag integrieren. So regt beispielsweise die Sendung „Mit-Mach-Mühle“ zum Basteln an. Die Planungen sehen vor, dass www.kikaninchen.de verschiedene Angebote bereit hält. Dabei ist an Bastelanleitungen und -vorlagen, Präsentations- und Kommunikationsfläche oder Videos mit Bastelanleitungen gedacht. So werden Kinder außerhalb des Fernsehens und Computers aktiv. Demgegenüber bieten private Wettbewerber vorrangig Online-Spiele an.

bb. Interaktion und Kommunikation

Medienpädagogen zählen Kommunikation und Interaktion zum Qualitätsbegriff.⁴ So sollen unter www.kikaninchen.de auch Identifikationsflächen und Ereignisse geschaffen werden, an denen Kinder sich reiben und mit denen sie

³ Dr. Maya Götz, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

⁴ Siehe dazu unter anderem http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/18_2005_2/grewenig_lang.pdf

Kommentierung www.kikaninchen.de

sich auseinandersetzen können. Sie müssen psychisch und physisch mobilisiert und motiviert werden. Zudem benötigen sie das Gefühl der Nähe und Erreichbarkeit. Kinder lassen sich nur erreichen, wenn Angebote unterhaltsam, emotional und damit wirkungsrelevant gestaltet sind.

Interaktionsmöglichkeiten sind ein besonderes Qualitätsmerkmal für Kinderseiten im Internet: Die Pflege der interaktiven Figur KI.KAninchen zum Beispiel fordert Vorschüler auf spielerische Weise dazu auf, Verantwortung zu übernehmen und stärkt so die soziale Kompetenz. Durch den Upload von selbstgestalteten Zeichnungen für ausgewählte Sendungen werden Kinder aktiv Einfluss auf die Gestaltung der Internetseite nehmen können und erhalten durch die Redaktion persönliche Rückmeldungen in Form von Kommentaren, E-Mails oder Briefen. Kindliche Bedürfnisse wie Stärkung des Selbstbewusstseins und Anerkennung werden gewürdigt.

Als Zielgruppenangebot für Vorschulkinder und deren Erziehende entfaltet www.kikaninchen.de eine integrative Wirkung. Repräsentative Umfragen in den USA⁵ haben ergeben, dass sich die Kommunikation innerhalb der Familie durch den technischen Fortschritt verbessert. Fast die Hälfte der Befragten sieht eine bessere Qualität in der Kommunikation, die auch durch Medien wie das Internet getragen wird. www.kikaninchen.de kann damit auch einen Zugang zu einer besseren Kommunikation in der Familie eröffnen.

Der Elternbereich enthält kontextsensitive Informationen und regt Eltern und Kinder zu einer gemeinsamen Nutzung an. Diese Elternhilfe bringt punktgenau zum jeweilig genutzten Angebot die passenden pädagogischen Erläuterungen und Hilfestellungen. Die Elternbereiche von Angeboten der Wettbewerber enthalten üblicherweise nur ein bis zwei Seiten mit allgemeinen Hinweisen für die Eltern zur Internetnutzung ihrer Kinder.

cc. Sprachförderung

Sprache ist eine Schlüsselkompetenz für die Stellung in der Gesellschaft und wird bei www.kikaninchen.de einen breiten Raum einnehmen. Innerhalb der einzelnen Phasen der Sprachentwicklung benötigen Kinder verschiedene An-

reize aus der Umgebung, um beispielsweise den Wortschatz sukzessiv zu erweitern und die Komplexität und Verschiedenheit verwendeter Sätze und Wörter zu steigern. www.kikaninchen.de berücksichtigt mit einem vielfältigen Angebot die einzelnen Phasen des Spracherwerbs.

Das Sendungsziel „Sprachförderung“ erfolgt rezeptiv und interaktiv mithilfe der Identifikationsfiguren. Der spielerische Ansatz und das angenehme Lernklima werden die Lernbereitschaft der Kinder erhöhen. Das Einüben von Sprachgrundmustern erfolgt zum Beispiel über Reime, Rätsel oder Lieder. Dies wird auf www.kikaninchen.de vertieft.

dd. Abbildung der Lebenswelt

Sowohl das lineare Vorschulangebot „KI.KAninchen“ als auch www.kikaninchen.de werden auf vielfältige Art die Lebenswelten der Kinder darstellen. Im linearen Vorschulangebot des Kinderkanals werden hochwertige Vorschulmarken von ARD, ZDF und KI.KA wie die „Sesamstraße“, „Die Sendung mit dem Elefanten“ oder „Mit-Mach-Mühle“ ausgestrahlt. Während bei den privaten Wettbewerbern vorrangig internationale Zeichentrick- oder Animationsproduktionen gezeigt werden, strahlt der Kinderkanal viele Sendungen mit realen Personen aus. Das Online-Angebot folgt derselben Philosophie.

Die visuelle Gestaltung der Sendung „KI.KAninchen“ und von www.kikaninchen.de orientieren sich an kindlicher Kreativität. Jedes Kind kann sich auf Augenhöhe mit den Figuren und Geschichten aus der bekannten Lebenswelt identifizieren und sich in eigenen Lebenssituationen wiedererkennen.

ee. Förderung von Medienkompetenz

www.kikaninchen.de legt besonderen Wert auf die Förderung der Medienkompetenz von Vorschülern. Sie üben den ersten Umgang mit den Medien Computer und Internet beispielsweise mithilfe des Maustrainers. Die Medienkompetenzförderung reicht bis hin zur Teilhabe am redaktionellen Prozess

⁵ Meldung Nachrichtenagentur dpa über eine Studie der University of Toronto vom

durch das Abbilden von selbst erstellten Inhalten. Hierbei benötigen vor allem Eltern und Pädagogen besondere Unterstützung. www.kikaninchen.de bietet ausführliche begleitende und abrufbare (medien)pädagogische Informationen.

Fazit: www.kikaninchen.de bietet vielfältige und hochwertige Inhalte und Formen. Das Vorschulangebot zeigt Lebenswelten von Vorschülern in Deutschland und bietet Identifikationsflächen. Es bietet eine Vielzahl an Lern- und Förderinhalten für die Vermittlung wichtiger Schlüsselkompetenzen sowie Partizipations- und Kommunikationsmöglichkeiten für Vorschüler und deren Eltern.

ff. Unterhaltung als Gestaltungselement

Vorwurf: Unterhaltung im Kinderprogramm sei als Selbstzweck benannt worden.

Kinder lassen sich nur erreichen, wenn die Inhalte der Angebote unterhaltsam, emotional und damit wirkungsrelevant gestaltet sind. Die Qualitäten eines zeitgemäßen Kinderprogramms finden sich in Wissenssendungen, aber auch in Sendungen, die für erwachsene Blicke einfach nur unterhaltend wirken.⁶ So werden bewusst unterhaltsame Elemente eingesetzt, mit dem Ziel, die Lernmotivation zu steigern sowie den Lernprozess effizienter und erfolgreicher zu gestalten.

Fazit: Unterhaltung ist kein Selbstzweck im Kinderfernsehen, sondern dient der Vermittlung von Lerninhalten.

b. strukturell-normative Qualitätskriterien

Zu den strukturell-normativen Qualitätskriterien gehören unter anderem wissenschaftliche Begleitung, die Beachtung von Qualitätsstandards und Werbefreiheit.

aa. Wissenschaftliche Begleitung

Handwerkliche Professionalität, wissenschaftliche Beratung, geschulte interdisziplinär arbeitende Mitarbeiter, begleitende Forschung vor, während und nach der Programmrealisation dienen der Qualitätssicherung.

Der Kinderkanal lässt seine Bildungs-, Lern-, Lehr- und Förderangebote regelmäßig durch wissenschaftliche Begleitstudien von Medien-, Pädagogik- und Kommunikationswissenschaftlern, beispielsweise des Internationalen Zentralinstituts für Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI), evaluieren.

bb. Beachtung von Qualitätsstandards Dritter

www.kika.de ist bereits seit 2005 zweimal mit dem Siegel „Erfurter Netcode“⁷ ausgezeichnet worden. Für www.kikaninchen.de wird eine Zertifizierung angestrebt. Der „Erfurter Netcode“ soll das Internet für Kinder zu einem sichereren Raum machen. Kinder können mit illegalen, jugendgefährdenden oder entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten konfrontiert werden. Im Interesse der Nutzer haben deshalb unter anderem öffentlich-rechtliche Programme, Kirchen, Landesmedienanstalten, aber auch kommerzielle Fernsehanbieter Qualitätsstandards für Kinder-Internet-Angebote entwickelt. Die Erfüllung der Standards des „Erfurter Netcodes“ durch den Kinderkanal bietet Qualität und Sicherheit für Nutzer von Kinder-Online-Angeboten.

Die Kriterien des „Erfurter Netcodes“ haben Standards gesetzt, die Vorbild für die vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSJ) jüngst initiierte Initiative „Ein Netz für Kinder“ (www.fragfinn.de) waren.

Diese Standards, eine ausführliche Selbstdarstellung des Anbieters sowie Kontaktmöglichkeiten zu bieten, Daten- und Jugendschutzbestimmungen zu beachten, Medienkompetenz zu vermitteln sowie Werbung und redaktionelle Inhalte deutlich zu trennen, sollen ebenfalls für www.kikaninchen.de gelten.

⁷ www.erfurter-netcode.de
Kommentierung www.kikaninchen.de

Vorwurf: Werbefreiheit dürfe nicht als Qualitätsmerkmal bewertet werden.

www.kikaninchen.de ist frei von Werbung und Sponsoring. Auch der „Erfurter Netcode“ führt Werbefreiheit für Kinder als ein besonderes Qualitätsmerkmal bei Internetangeboten an.⁸ Studien belegen zudem, dass Vorschüler nicht in der Lage sind, zwischen redaktionellen Inhalten und Werbung zu unterscheiden. *„Werbemacher arbeiten mit allen Tricks, um Surfer auf ihre Seiten zu locken. Manchmal ist Werbung aber nicht so einfach zu erkennen [...] Selbst wenn das Fernsehen nach wie vor das größte Werbemedium weltweit ist: Am schnellsten wächst der Werbemarkt im Internet [...]. Doch während viele Erwachsene im Internet zwischen Information und Werbung zu unterscheiden wissen, können Kinder den Unterschied zwischen diesen ‚Botschaften‘ nur schwer erkennen. Um zwischen Werbung und Inhalt zu unterscheiden, brauchen Kinder geeignete Kompetenzen [...]“*⁹. Diese Kompetenz bildet sich erst im Alter zwischen zehn und zwölf Jahren aus. Erhebungen zeigen, dass vor allem Eltern Werbefreiheit als besonderen Wert schätzen. Dem trägt der Kinderkanal Rechnung: Es wird auf www.kikaninchen.de keine Verlinkung zum KI.KA-Shop gesetzt.

Fazit: www.kikaninchen.de ist ein kostenfreies, frei zugängliches Angebot im werbefreien Raum. Werbefreiheit ist als Qualitätsmerkmal für Kinder allgemein anerkannt.

Das Angebot leistet mit seinen inhaltlichen und strukturell-normativen Qualitätskriterien einen wichtigen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb.

5. Zu Kostenfragen des neuen Angebots

Vorwurf: Der finanzielle Aufwand sei in der Angebotsbeschreibung nicht vollständig dargestellt.

Teil des Drei-Stufen-Tests ist gem. § 11f der finanzielle Aufwand, der für das Angebot erforderlich ist. Die Veröffentlichung einer detaillierten Kalkulation ist nach dem 12. RÄStV nicht gefordert. Gegen eine solche Veröffentlichung spricht, dass sie den Wettbewerbern Rückschlüsse auf die Produktionsweise und Erfolgsfaktoren des Kinderkanals ermöglichen würde. Die Wettbewerbs-

⁸ http://www.erfurter-netcode.de/positionspapier_10_grundsätze.pdf

⁹ Auszug aus www.klicksafe.de, eine Initiative der Landesmedienanstalten
Kommentierung www.kikaninchen.de

ordnung der Europäischen Union schützt die Betriebsgeheimnisse aller Wettbewerber um faire Marktbedingungen, die zum Beispiel der VPRT an anderer Stelle in seiner Stellungnahme selbst fordert, zu gewährleisten.

Dem Rundfunkrat des MDR wurde für die Sitzung vom 01.12.2008 eine detaillierte Kostenkalkulation vorgelegt, die die Genehmigungsvorlage ergänzt. Diese Kostenkalkulation basiert auf der im Dezember 2008 noch anzuwendenden Systematik für die Anmeldung neuer Angebote bei der KEF. Nach der KEF-Systematik sind daher nur die in der Angebotsbeschreibung bezifferten zusätzlichen Kosten darzustellen. Das geplante Angebot von www.kikaninchen.de wird auf die beim Kinderkanal vorhandene technische und personelle Infrastruktur von www.kika.de aufsetzen. Zurzeit überarbeiten ARD und ZDF gemeinsam mit der KEF die Methodik zur Kostenerfassung von Telemedienangeboten, die auch solche Kosten anteilig erfassen wird. Diese neue, aufwendigere Verfahrensweise wird bei der Prüfung des Bestandes von Telemedienangeboten zur Anwendung kommen.

Darüber hinaus hat der MDR die von der Firma EE&MC zur Erstellung des ökonomischen Gutachtens per Fragebogen angeforderten Kalkulationsdaten offen gelegt.

Fazit: Der MDR ist bei der Darstellung des finanziellen Aufwandes für das neue Angebot entsprechend der derzeit noch geltenden KEF-Grundlage seiner gesetzlichen Verpflichtung umfassend nachgekommen.

IV. Bewertung des Gutachtens zu den marktlichen Auswirkungen von EE&MC vom 10.02.2009

Das Verfahren des Drei-Stufen-Tests räumt dem Intendanten des MDR die Möglichkeit ein, zu dem ökonomischen Gutachten zu kommentieren.

Nachfolgend werden die wesentlichen Ergebnisse kommentiert. Das Gutachten zeichnet sich durch eine differenzierte und fundierte Analyse der relevan-

ten Sachverhalte aus.¹⁰ Das Gutachten widerlegt die in den Stellungnahmen Dritter aufgeworfenen Behauptungen hinsichtlich der Auswirkungen des Markteintritts von www.kikaninchen.de auf die privaten Wettbewerber.

Die Gutachter fassen die Ergebnisse wie folgt zusammen:

„Die Vorschulkinder profitieren von www.kikaninchen.de in unterschiedlicher Form:

- Die Auswahl an Vorschulkinder-Online-Angeboten steigt an. Diese Zunahme des publizistischen Wettbewerbs erhöht die Konsumentenwohlfahrt.*
- Die Prognose ist, dass die privaten Anbieter aufgrund der Marktdynamik ebenfalls neue, innovative Angebote auf den Markt bringen werden. Auch dies erhöht die Konsumentenwohlfahrt.*

Es kann daher abschließend festgestellt werden, dass das neue Angebot www.kikaninchen.de die Konsumentenwohlfahrt zum Wohle der Vorschulkinder und der Gesellschaft erhöhen wird.

Auf Basis der detaillierten Untersuchungen der Auswirkungen auf den Wettbewerbsmarkt durch einen Markteintritt von www.kikaninchen.de wird weiterhin prognostiziert, dass zwar ein Nutzerrückgang bei den privaten Angeboten erwartet werden könne, dieser aber im Zeitverlauf aufgrund der Marktdynamik kompensiert wird und nicht zu einer Reduktion der Refinanzierungsmöglichkeiten für werbe- und pay-finanzierte Angebote führen werde.“

1. Verhältnis von publizistischem und ökonomischem Wettbewerb

Vorwurf: **Die getrennte Überprüfung des publizistischen Wettbewerbs und der Marktauswirkungen stelle eine künstliche Trennung dar und sei daher abzulehnen. Die Auswirkungen eines Angebotes auf den Wettbewerb können nicht losgelöst vom bestehenden publizistischen Wettbewerb beurteilt werden.**

¹⁰ Ausführliche Darstellung der Ergebnisse siehe Executive Summary des Gutachtens „Prüfung der marktrelevanten Auswirkungen bei www.kikaninchen.de“ vom 10. Februar 2009, Seite 5 bis 7

Das Gutachten bestätigt, dass der publizistische Wettbewerb Auswirkungen auf den ökonomischen Wettbewerb hat und beide in einem inneren Zusammenhang stehen (Seite 37). Zugleich wird festgestellt, dass publizistischer und ökonomischer Wettbewerb nicht immer deckungsgleich sind (Seite 32).

Die beiden Bereiche „publizistischer“ und „ökonomischer“ Wettbewerb (vgl. Gutachten Seite 33 und 36) werden zuerst getrennt analysiert, um den unterschiedlichen Wirkungszusammenhängen der jeweiligen Wettbewerbsbereiche gerecht zu werden. Dieser Ansatz wird auch in der Herangehensweise im Gutachten bestätigt, indem aufbauend auf der Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation die zugehörigen Wettbewerber/Unternehmen identifiziert und analysiert werden. Erst danach können die marktlichen Auswirkungen sachgerecht bestimmt werden. Die Ergebnisse aus den Einzeluntersuchungen der beiden unterschiedlichen Wettbewerbsbereiche und ihrer jeweils eigenen Gesetzmäßigkeiten fließen in die Marktsimulation und Schlussbewertung ein.

Der MDR hält die Abgrenzung von publizistischem und ökonomischem Wettbewerb und die sich daraus ergebenden Schlussfolgerungen für zutreffend.

Fazit: **Die gewählte Vorgehensweise stellt keine künstliche Trennung dar, sondern dient der analytischen Genauigkeit, um sachgerecht alle Aspekte, die für die Ergebnisfindung relevant sind, berücksichtigen zu können. Diese Vorgehensweise wird im Gutachten durch den Verlauf der Untersuchung unterstützt.**

2. Berücksichtigung der Beschaffungsmärkte

Vorwurf: **Marktauswirkungen seien auch für regionale, nationale, europäische und internationale Beschaffungsmärkte (Inhalte, kreative Talente etc.) zu prüfen.**

Die Wirkungen des Markteintritts von www.kikaninchen.de auf die betroffenen, vorgelagerten Märkte, den Beschaffungs- und den Infrastrukturmarkt, werden im Gutachten ausführlich analysiert (Seite 48 - 60). Das Ergebnis der Untersuchung wird in der Executive Summary (Seite 5) zusammenfassend dargestellt und unterstreicht, dass die Auswirkungen durch den Markteintritt von

www.kikaninchen.de auf den tangierten Beschaffungs- sowie Infrastrukturmarkt positiv eingeschätzt werden.

Fazit: Sowohl für den betroffenen Beschaffungs- als auch den Infrastrukturmarkt werden positive Effekte durch den Markteintritt von www.kikaninchen.de erwartet.

3. Auswirkungen auf verbundene Märkte

Vorwurf: Das Angebot von www.kikaninchen.de habe Auswirkungen auf die Nutzung von Kinderzeitungen und –zeitschriften. Der Markt für an Vorschulkinder gerichtete Medienangebote sei durch eine hohe Angebotsvielfalt (Kinderbücher, Hörbücher, physische und elektronische Spiele, Fernsehsendungen etc.) gekennzeichnet, sodass es keines weiteren Angebots für Vorschulkinder bedürfe.

Die Auswirkungen des Markteintritts von www.kikaninchen.de auf das Angebot von Kinderzeitungen und –zeitschriften, Kinderfernsehen, Kinder-DVDs, Radio und Tonträger wurden durch die Gutachter untersucht. Es wurde ermittelt, ob diese Angebote dem sachlich relevanten Markt zugerechnet werden können. Eine Zugehörigkeit konnte durch die Gutachter nicht bestätigt werden (Seite 114). Da diese benachbarten Märkte aufgrund „crossmedialer“ Effekte von dem Markteintritt von www.kikaninchen.de tangiert werden könnten, erfolgte im Rahmen der ökonomischen Bewertung eine Einschätzung (Seite 132 - 139) der Auswirkungen auch auf diese verbundenen Märkte.

Aufgrund der starken Marktposition der Kinderzeitungen und –zeitschriften ist eine Beeinträchtigung durch den Markteintritt von www.kikaninchen.de jedoch nicht zu erwarten. Die crossmedialen Auswirkungen auf Kinderzeitungen und -zeitschriften können daher laut Gutachten vernachlässigt werden. Der Markt des Kinderfernsehens und die Nutzung von CDs und DVDs ändern sich generell, sodass die Auswirkungen des Markteintritts von www.kikaninchen.de im Vergleich zur stattfindenden Entwicklung in der gesamten Branche nur eine sehr geringe, zu vernachlässigende Bedeutung haben.

Fazit: Der Markteintritt von www.kikaninchen.de hat nur geringe crossmediale Auswirkungen auf verbundene Märkte. Die Einschätzungen Dritter, dass der Markteintritt von www.kikaninchen.de zu maßgeblichen Umsatzrückgän-

gen in diesen Märkten führen werde, werden durch die Untersuchungen nicht bestätigt.

4. Gefährdung der kommerziellen Geschäftsmodelle

Vorwurf: Der Markteintritt führe zu massiven Marktanteilsverlusten und Marktaustritten privater werbe- und entgeltfinanzierter Angebote und schaffe eine Markteintrittsbarriere, erhebliche Marktverschiebungen zu Lasten bestehender Angebote Privater, insbesondere zu Lasten entsprechender Angebote der Verlage. Er führe zur Verdrängung privater Anbieter vom Markt und zur Vernichtung kommerzieller Angebote. Die Refinanzierung der eigenen Angebote sei gefährdet.

Die Gutachter identifizierten als sachlich relevanten Markt den Markt für Vorschulkinder-Online-Angebote (Seite 70). Eine ökonomisch fundierte Marktabgrenzung in sachlicher Hinsicht ermöglicht es, die Marktstellung des neuen Vorschulkinder-Online-Angebotes zu bewerten. Durch den Markteintritt von www.kikaninchen.de wird nach der Marktabgrenzung der Werbemarkt tangiert. Ob der Paymarkt ebenfalls zum sachlich relevanten Markt zugehörig ist, konnte nicht abschließend geklärt werden, da die Wettbewerber sich weigerten, den Gutachtern die für die Untersuchung erforderlichen Daten bereitzustellen. Zugunsten der Wettbewerber wurde jedoch angenommen, dass neben dem Werbemarkt auch der Paymarkt (Seite 106) betroffen ist.

Um die Auswirkungen des Markteintritts von www.kikaninchen.de auf die Wettbewerber sachgerecht und fundiert einzuschätzen (Seite 76 - 112), erfolgte daher eine vertiefte Analyse mit anerkannten Verfahren des Wettbewerbsrechts (empirische Marktabgrenzung, Hypothetischer Monopolistentest, Conjointanalysen etc.), die bei vergleichbaren Fällen in Kartellverfahren angewandt werden. In dieser umfassenden Untersuchung wurden die beeinflussenden Parameter und Gesetzmäßigkeiten dieser Märkte detailliert ermittelt. Auf dieser Basis wurde ein geeignetes Simulationsmodell zur Prognostizierung der marktrelevanten Folgen des Markteintritts von www.kikaninchen.de für den Status quo (Seite 117 - 124) und für eine dynamische Entwicklung (Seite 125 - 132) der Märkte erstellt.

Auch wenn sich die Nutzeraufmerksamkeit durch den Markteintritt von www.kikaninchen.de zu Lasten der privaten Anbieter verschieben wird, führt

dies nach Einschätzung der Gutachter weder unter den gegebenen Wettbewerbsbedingungen (statische Betrachtung), noch in den sich dynamisch entwickelnden Märkten zu einer generellen wirtschaftlichen Gefährdung von Unternehmen, die werbefinanzierte bzw. Pay-Angebote im Vorschulkinder-Online-Bereich anbieten. Die empirische Analyse und die darauf aufsetzende Prognose widerlegen die behauptete Marktverdrängung von privaten Wettbewerbern.

Fazit: Der Markteintritt von www.kikaninchen.de führt weder in der statischen noch in der dynamischen Betrachtung zu einer Gefährdung der kommerziellen Geschäftsmodelle bzw. zu einer Marktverdrängung privater Wettbewerber.

V. Ergebnis

Auf der Grundlage der vorliegenden Stellungnahmen Dritter und des marktökonomischen Gutachtens sieht der Kinderkanal keine Veranlassung, das geplante Angebot www.kikaninchen.de zu verändern.