

- > Fernsehrat des ZDF gibt am 26. Juni den Startschuss für den Drei-Stufen-Test
- > ZDF plädiert für eine zeitliche Staffelung der Online-Angebote über sieben Tage hinaus
- > ZDF plant drastischen Abbau bestehender Online-Inhalte, teilweise bis zu 80 Prozent der Inhalte

## „Ich sehe für eine Fundamentalopposition gegen unsere Angebote keinen Grund“

> Interview mit Prof. Markus Schächter, Intendant des ZDF



> Prof. Markus Schächter

Geboren: **31. Oktober 1949**

**1969 – 1974** Studium u.a. Geschichte, Politikwissenschaften und Publizistik

**1973– 1977** Journalist beim SWR und ZDF

**1977-1981** Kultusministerium Rheinland- Pfalz

Seit **1981** beim ZDF, u.a. Referent des Programm- direktors, Leiter der ZDF-Kulturredaktion, der Kinder- und Jugendredaktion und Programmplanung

**1998-2002** Programmdirektor des ZDF

Seit **März 2002** Intendant des ZDF

Der ZDF-Intendant Markus Schächter wird dem ZDF-Fernsehrat in seiner Sitzung am 26. Juni die Projektbeschreibung für den Drei-Stufen-Test bestehender Online-Angebote vorliegen. In einem promedia-Gespräch erläutert der Intendant die Eckpunkte seines Konzeptes.

Der Drei-Stufen-Test liegt in der Verantwortung des Fernsehrates. Ausgangspunkt für das Verfahren ist eine Projektbeschreibung, die vom ZDF-Intendanten dem Fernsehrat vorzulegen ist. Die Projektbeschreibung orientiert sich an den Kriterien für den Drei-Stufen-Test und legt dar, ob das geplante Angebot zum öffentlichen Auftrag gehört und ein Beitrag zum publizistischen Wettbewerb in qualitativer Hinsicht ist. Dabei werden Umfang und Qualität der bereits frei zugänglichen Angebote einbezogen. Die Projektbeschreibung enthält auch die Kosten des Angebotes. Die Projektbeschreibung wird im Internet-Auftritt des ZDF veröffentlicht, um Dritten Gelegenheit zur Stellungnahme zu dem Angebot zu gewähren, das Gegenstand des Drei-Stufen-Tests ist. Die Frist zur Stellungnahme wird vom Fernsehrat bestimmt, beträgt aber mindestens sechs Wochen. Zur Beurteilung der Auswirkungen des Vorhabens auf den Markt wird der Fernsehrat gemäß den gesetzlichen Vorgaben die gutachterliche Beratung externer Sachverständiger hinzuziehen. Die Entscheidung über die Aufnahme eines neuen oder veränderten Angebots trifft der ZDF-Fernsehrat mit einer Mehrheit von zwei Dritteln der anwesenden Mitglieder, mindestens aber mit der Mehrheit der gesetzlichen 77 Mitglieder des Gremiums.

**promedia:** Herr Schächter, mit einem Telemedienkonzept will das ZDF die bestehenden Telemedien-Angebote dem Drei-Stufen Test unterziehen lassen. Haben Sie inzwischen mit diesem Test Ihren Frieden geschlossen?

**Schächter:** Ich habe noch nie grundsätzliche Einwände gegen den Drei-Stufen-Test

erhoben. Ich sehe in dem Verfahren vor allem auch eine gute Gelegenheit, uns gegenüber der Gesellschaft, dem Fernsehrat, aber auch uns selbst Rechenschaft über die Relevanz und Qualität unserer Onlineangebote abzulegen. Dass dies in einem öffentlichen Prozess erfolgt, sollte die Akzeptanz unserer

Angebote letztlich erhöhen. Allerdings hatte der Brüsseler Beihilfenkompromiss vom April 2007 nicht vorgesehen, dass auch die längst bestehenden Online- und Fernsichttextangebote das enorm aufwendige Verfahren eines Drei-Stufen-Tests durchlaufen müssen. Das ZDF hat im Gesetzgebungsverfahren zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag stets darauf hingewiesen, dass dies insbesondere für seit langem bestehende Angebote unverhältnismäßig ist. Auf der anderen Seite sieht der Entwurf des Rundfunkstaatsvertrages ohnehin vor, dass Angebote über 7 Tage hinaus oder solche, die nicht strikt sendungsbezogen sind, in Telemedienkonzepten zu beschreiben sind und den Drei-Stufen-Test durchlaufen müssen. Schlagen wir also zwei Fliegen mit einer Klappe.

**promedia:** An den jüngsten Tests des MDR zum KiKa und des NDR gab es Kritik. Was machen Sie anders?

**Schächter:** Bei der KI.KA-Mediathek und dem Vorschulangebot Kikaninchen handelt es sich um Gemeinschaftsangebote der ARD und des ZDF. Die Angebotskonzepte sind mit dem ZDF abgestimmt. Nach meinem Eindruck wird das Verfahren vom Rundfunkrat des MDR nicht nur korrekt, sondern in hohem Maße fachlich kompetent und umsichtig durchgeführt.

Der ZDF-Fernsehrat hat bereits im Dezember 2008 im Vorgriff auf die Anforderungen des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages für die Umsetzung des Drei-Stufen-Tests ein Genehmigungsverfahren beschlossen. Ich bin überzeugt, dass die Durchführung des Verfahrens für die bestehenden Telemedien durch den Fernsehrat den Intentionen des Gesetzgebers entsprechen und höchsten professionellen Ansprüchen genügen wird.

**promedia:** Welche Angebote betrifft der ZDF-Test jetzt genau?

**Schächter:** Das ZDF muss den gesamten Bestand seiner Telemedienangebote in Telemedienkonzepten darlegen und dem Drei-Stufen-Test unterziehen. Wir haben entsprechend alle Online- und Fernsichtangebote beschrieben und dem Fernsehrat zur Prüfung zugeleitet.

**promedia:** Muss sich jede einzelne Seite aller ZDF-Sendungen, die es im Internet gibt, diesem Test unterziehen?

**Schächter:** Der Rundfunkstaatsvertrag gibt vor, dass die Konzepte die Angebote nach Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauer beschreiben. Dann müssen der finanzielle Aufwand beziffert und die Auswirkungen der Angebote auf den Markt, sowie ihre meinungsbildende Funktion dargestellt werden.

Aus diesen Anforderungen ergibt sich, dass Onlineauftritte zu einzelnen Sendungen des ZDF oder gar einzelne Beiträge bzw. Einzellelemente kein eigenes Konzept erfordern. „Angebote“ im Sinne der einschlägigen Vorschriften können also nur abgrenzbare Gesamtheiten von Einzelelementen und Einzelinhalten darstellen.

Für kleinere und kleinste Teile unserer Onlineangebote wäre die Erstellung von Konzepten sowie die Formulierung von Inhalten, Zielgruppen und marktlichen Auswirkungen nicht möglich. Ich darf daran erinnern, dass das Verfahren aus Sicht der Europäischen Kommission dazu dient, eine Befauftragung der Telemedien durch den Gesetzgeber zu ersetzen. Diese wird von Brüssel selbstverständlich nicht für einzelne redaktionelle Vorhaben innerhalb bestehender Angebote oder Dienste erwartet.

Das ZDF beschreibt seine Telemedienangebote in einer Weise, dass sich Dritte auf die Aktivitäten einstellen können und unseren Gremien sowie der Rechtsaufsicht die Überprüfung ermöglicht wird, ob die vom ZDF eingestellten Einzelinhalte den Konzepten entsprechen.

**promedia:** Online werden von Ihnen sowohl Bewegtbildinhalte als auch Textseiten und Fotos angeboten. Werden diese im Test gleichwertig behandelt?

**Schächter:** Onlineangebote bestehen naturgemäß aus einer Vielzahl unterschiedlicher Inhaltstypen. Im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben und Beschränkungen können sich ZDF-Onlineangebote aus all diesen Inhaltstypen zusammensetzen. Diese Typenvielfalt beschreiben wir für die einzelnen Angebote.

**promedia:** Der 12. RÄStV gibt Ihnen die Möglichkeit, über die 7-Tage-Frist hinaus Angebote länger in das Netz zu stellen. Auf welche Inhalte trifft das zu?

**Schächter:** Die 7-Tage-Frist für Sendungen und sendungsbezogene Telemedien ist nicht der gesetzlich vorgeschriebene Regelfall. Bei der 7-Tage-Regelung handelt es sich vielmehr um eine Privilegierung, die zeitlich – also 7 Tage – und sachlich – das meint den Sendungsbezug im Sinne des Gesetzes – stark begrenzte Angebote ohne Durchführung eines Drei-Stufen-Test ermöglicht. Begeben sich jedoch ARD und ZDF in das aufwendige Verfahren, können im Ergebnis längere Verweildauern von den Gremien genehmigt werden.

Die Systematik des Gesetzes fordert, dass wir in den Telemedienkonzepten für bestimmte Inhaltsformen Höchst-Verweildauern vorsehen müssen, unabhängig davon, ob diese stets ausgeschöpft werden. Zur Illustration ein Beispiel: um einen bestimmten Beitrag (beispielsweise ein Interview mit einem Politiker zu einem wichtigen Thema) im Einzelfall ein Jahr zum Abruf bereithalten zu können, muss das Telemedienkonzept für die entsprechende Sendungsform eine einjährige Höchst-Verweildauer vorsehen. Dies bedeutet natürlich nicht, dass alle diese Sendungen von uns zwangsläufig ein Jahr zum Abruf bereitgehalten werden. Vielmehr wird die entsprechende Höchst-Verweildauer in vielen Fällen – zum großen Teil deutlich – unterschritten werden. Auch ist es gerechtfertigt, insbesondere für redaktionelle Schwerpunkte, die verschiedene Inhalte zu wichtigen Themen bündeln, längere Verweildauern vorzusehen.

**promedia:** Nach welchen Grundsätzen soll eine längere „Verweildauer“ im Netz erfolgen?

**Schächter:** Die jeweilige maximale Verweildauer von Inhalten der Onlineangebote muss sich an der publizistischen Relevanz orientieren. Grundlage sind journalistisch-redaktionelle Kriterien, nach denen die Inhalte in einer typisierenden Weise festgelegt werden. Dabei sind die kommunikativen Ziele zu berücksichtigen, denen unsere Onlineangebote entsprechen müssen: Unter anderem sollen unsere Angebote allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen, Orientierungshilfe bieten und die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten fördern.

Diese Ziele schließen es aus, dass Inhalte, die die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen oder in besonderem Maße ge-

eignet sind, Orientierung zu geben, schon nach kürzester Zeit den Nutzern wieder entzogen werden.

**promedia:** Wird es dann keine Angebote mehr geben, die nur noch 7 Tage im Netz sind?

**Schächter:** Nach dem Rundfunkstaatsvertrag gibt es bereits etliche Elemente und Einzelinhalte, die gar nicht oder nur für 24 Stunden ins Netz gestellt werden dürfen. So dürfen angekaufte Spielfilme und angekaufte Folgen von Fernsehserien nicht zum Abruf bereitgehalten werden, es wird in unserem Onlineangebot keine Berechnungsprogramme (z.B. Preisrechner oder Versicherungsrechner) mehr geben und Sendungen über wichtige Sportereignisse wie die Olympischen Spiele oder 1. und 2. Bundesliga dürfen nicht länger als 24 Stunden zum Abruf bereitgehalten werden. Darüber hinaus wird es nach wie vor etliche Einzelinhalte geben, die nur 7 Tage oder noch kürzer zum Abruf bereitstehen.

**promedia:** Ist eine solche Staffelung auch das Modell für künftige Angebote?

**Schächter:** Nach dem Gesetz sind wir verpflichtet, auch für neue Angebote jeweils eine Befristung der Verweildauer festzulegen. Diese kann aber nur mit Blick auf das jeweilige Angebot, seinen Inhalt, seine Verbreitungswege und die publizistischen Anforderungen erfolgen.

**promedia:** Trifft das auf Bewegtbildinhalte und Textseiten gleichermaßen zu?

**Schächter:** Soweit Angebotsteile, nehmen Sie beispielsweise einen Online-Schwerpunkt zur Wirtschaftskrise, aus Sendungen, Videos, interaktiven Modulen, Texten und Fotos bestehen, ist es schlechthin unsinnig, unterschiedliche Verweildauern für einzelne Elemente vorzusehen.

**promedia:** Wie sieht der Zeitplan für den Drei-Stufen-Test aus?

**Schächter:** Das Gesetz verpflichtet das ZDF mit Inkrafttreten den Bestand in Telemedienkonzepten darzulegen. Der Drei-Stufen-Test ist bis zum 31. August 2010 abzuschließen. Der Fernsehrat plant, in seiner Sitzung am 26. Juni 2009 den Startschuss für das Verfahren zu geben.

**promedia:** Das bedeutet, dass die bestehenden Angebote bis zum Juni 2010 alle unverändert im Netz bleiben werden?

**Schächter:** Nein. Die bestehenden Telemedienangebote mussten zum 1. Juni an die neue Rechtslage angepasst werden. Dies be-

deutet beispielsweise, dass wir ab sofort angekaufte Spielfilme und Folgen von angekauften Serien nicht mehr zum Abruf bereithalten dürfen.

Auch die in der Negativliste enthaltenen Verbote gelten bereits. Im Rahmen des Verweildauerkonzepts, müssen wir zahlreiche Inhalte aus dem Netz entfernen.

**promedia:** Was werden Sie aussortieren? Alle presseähnlichen Angebote?

**Schächter:** Nicht sendungsbezogene presseähnliche Angebote sind ab sofort nicht mehr zulässig. Dies bedeutet freilich nicht, dass das Onlineangebot nach einzelnen Artikeln durchforstet werden muss. Erforderlich ist vielmehr, dass sich ein Angebot wie beispielsweise heute.de in Gestaltung und Darstellungsformen von der Presse (Zeitungen und Zeitschriften) abhebt. Das ZDF setzt dazu in seinen Angeboten auf eine ausgeprägte Multimedialität, die ständig weiterentwickelt werden soll, und beschränkt sich nicht auf Foto und Text als Gestaltungselemente.

Wir haben gerade erst vor einigen Wochen, die Angebote zdf.de und heute.de neu ausgerichtet. Diese Plattformen sind seitdem noch stärker als bisher videogetrieben. Eine neue Technik macht es möglich, das die Nutzer alle Sendungen aus den jeweiligen Angeboten direkt ansteuern können, ohne wie bisher - erst in die ZDFMediathek zu wechseln.

**promedia:** Mit welchem Aufwand ist die „Säuberung“ von nicht mehr zulässigen Inhalten verbunden?

**Schächter:** Die Medientypik des Internets ist darauf ausgerichtet, den Nutzern Inhalte zu geringen Kosten dauerhaft zur Verfügung zu stellen. Insbesondere ältere Redaktionssysteme sind deshalb oftmals nicht darauf eingerichtet, Inhalte automatisch zu löschen. Derartige Funktionalitäten müssen durch eine Anpassung der Software in unsere Systeme implementiert werden. Hinzu kommt der Aufwand, der nötig ist, um die bestehenden Angebote zu sichten und den Vorgaben des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages anzupassen.

Die Kosten dafür sind nicht unerheblich. Wir werden in allen Angeboten in den kommenden Monaten einen drastischen Abbau der bestehenden Inhalte vornehmen. In vielen Bereichen gehen dadurch bis zu 80 Prozent des derzeitigen Bestands für die Nutzer verloren. Wir tun das nicht gerne, denn wir verletzen damit ein Grundgesetz des Internets, nämlich die dauerhafte Verfügbarkeit und Recherchierbarkeit der Inhalte.

**promedia:** Wenn jetzt „auf einen Ritt“ ihr gesamtes Online-Angebot dem Test unterzogen wird, kann der Fernsehrat auch Teile des Konzepts, einzelne Angebote ablehnen oder verändern?

**Schächter:** Das Erfordernis des Drei-Stufen-Tests berührt nicht die prinzipielle Kompetenzverteilung zwischen Intendant und Fernsehrat. Der Fernsehrat kann mithin auch einzelne Teile des Konzepts ablehnen. Der Fernsehrat hat aber neben seiner Kontrollfunktion auch eine Beratungsfunktion. Diese kann er nutzen, um deutlich machen, unter welchen Umständen er ggf. Teilelemente für genehmigungsfähig hält.

**promedia:** Kann der Fernsehrat künftig bei neuen oder auch bestehenden Angeboten, die sich verändern, von sich aus tätig werden oder geschieht das nur auf Vorschlag des Intendanten?

**Schächter:** Der Fernsehrat entscheidet, ob ein neues oder geändertes Angebot vorliegt, für das der Drei-Stufen-Test durchzuführen ist.

**promedia:** Wie erfolgt die Auswahl der Gutachter?

**Schächter:** Der Fernsehrat kann für alle entscheidungserheblichen Fragen gutachterliche Beratung durch externe sachverständige Dritten in Auftrag geben. Zu den marktlichen Auswirkungen eines Angebots muss der Fernsehrat gutachterliche Beratung hinzuziehen.

Das Gremium verfügt dafür über einen eigenen Etat, der der Verfügungsmacht des Intendanten entzogen ist. Die Auswahl des Gutachters erfolgt allein durch den Fernsehrat.

**promedia:** Bei den ARD-Tests wurde Kritik an den Gutachterkosten geübt. Geht's beim ZDF billiger?

**Schächter:** Die Auswahl der Gutachter erfolgt allein durch den Fernsehrat. Dass Gutachter bestellt und natürlich auch bezahlt werden müssen, ist eine politische Entscheidung. Die damit einhergehenden Kosten waren allen Beteiligten bewusst.

**promedia:** Erhalten Marktpartner - im Gegensatz zur ARD bisher - die Chance einer Anhörung?

**Schächter:** Die Durchführung des Drei-Stufen-Test erfolgt autonom durch den Fernsehrat. Das vom ZDF-Fernsehrat beschlossene Genehmigungsverfahren sieht vor, dass der Fernsehrat zu seiner Erörterung und Entscheidung externen Sachverständigen

dadurch heranziehen kann, dass er Dritte oder Experten konsultiert. Eine solche „Expertenkonsultation“ würde ausschließlich der Klärung offener Punkte des Fernsehrates dienen. Eine verfahrensrechtliche Stellung von Dritten könnte daraus nicht abgeleitet werden.

**promedia:** Welche Rechtsmittel stehen Marktpartnern gegen die Telemedienangebote des ZDF zur Verfügung?

**Schächter:** Sie sagen Marktpartner - für Partner kann eine Klage eigentlich immer nur ultima ratio sein. Ich habe schon früh die Initiative ergriffen und die Vertreter von Verlagen, privaten Fernsehveranstaltern und öffentlich-rechtlichen Rundfunk für den Sommer 2009 zu einem Runden Tisch eingeladen, der sich mit streitigen Abgrenzungsfragen beschäftigen soll.

Weil der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausdrücklich auch auf Telemedienangebote nach Maßgabe des Staatsvertrages erstreckt und eine Fortführung des Bestands ermöglicht, sehe ich darum keinen Grund für eine Fundamentalopposition gegen unsere Angebote. Ich bin daher zuversichtlich, dass sich Rechtsstreitigkeiten vermeiden lassen.

**promedia:** Der RÄStV bietet die Möglichkeit der kommerziellen Verwertung von ZDF-Angeboten über das Internet. Für welche Inhalte könnte das zutreffen? Welche Überlegungen existieren dazu generell bei Ihnen? Wird es ein „ZDF-Dome“ geben?

**Schächter:** Schon heute können Sie Fernsehfilme Serien und andere Produktionen des ZDF entgeltlich auf DVD erwerben. Diese Produktionen kommen auch zukünftig für eine kommerzielle Verwertung in Betracht. Schon heute gibt es eine recht erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen ZDF Enterprises und dem Videoportal Maxdome, wo über 200 Filme, Serien und Dokumentationen als ZDF abrufbar sind. Ein ZDF-eigenes VoD-Portal könnte nur durch ZDF Enterprises angeboten werden. Ob ein solches Vorhaben Realisierungschancen hat, ist letztlich ein Rechenexempel.

**promedia:** Ab Ende Juni werden die vorhandenen Angebote getestet. Welche neuen Telemedienangebote sind in Vorbereitung?

**Schächter:** Sieht man von der KIKA-Mediathek und dem Vorschulangebot Kikaninchen ab, die gemeinsam mit der ARD eingeführt werden sollen, sind zur Zeit keine neuen Telemedienangebote des ZDF in der Planung. (HH)