



„Drei-Stufen-Test ARD/ZDF–Kinderkanal“
beim Mitteldeutschen Rundfunk
Gremienbüro
Kantstraße 71-73

04275 Leipzig

14.01.09

Vorab per E-Mail: rundfunkrat@mdr.de

Stellungnahme der ProSiebenSat.1 Media AG

Sehr geehrter Herr Dr. Ducke,
sehr geehrte Damen und Herren,

wir begrüßen die Initiative des Rundfunkrats des MDR bereits vor Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages das geplante Angebot der KI.KAplus Mediathek einem Drei-Stufen-Test zu unterziehen.

Für die Zukunft möchten wir anregen, die Informationen über anstehende Drei-Stufen-Tests besser auffindbar auf der Website des Senders, bzw. im Falle der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, auf einer gemeinsamen Website zu veröffentlichen. Beispielhaft möchten wir hier auf das Vorgehen der BBC bzw. des BBC Trust verweisen, wo auch die Publizität der anstehenden Verfahren eine höhere Transparenz aufweist.

Betroffenheit der ProSiebenSat.1 Media AG und der mit ihr verbundenen Unternehmen

Mit „maxdome“ ist die ProSiebenSat.1 Media AG über ihr Tochterunternehmen SevenSenses Anbieterin eines nicht auf die TV-Inhalte der Gruppe beschränkten entgeltfinanzierten Video-On-Demand-Portals.

ProSiebenSat.1 Media AG

Postanschrift:
D-85773 Unterföhring
Hausanschrift:
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07-10
Fax +49 [89] 95 07-11 22

www.ProSiebenSat1.com
info@ProSiebenSat1.com

Vorstand:
Axel Salzmann
[Vorsitzender]
Andreas Bartl
Dr. Marcus Englert
Klaus-Peter Schulz
Patrick Tillieux

Aufsichtsratsvorsitzender:
Götz Mäuser

Bayerische Hypo- und
Vereinsbank AG München
BLZ 700 202 70
Kto. 271 7611
IBAN
DE80 7002 0270 0002 7176 11
BIC HYVEDEMMXXX

Deutsche Bank AG München
BLZ 700 700 10
Kto. 1948835
IBAN
DE96 7007 0010 0194 8835 00
BIC DEUTDEMM

Firmensitz: Unterföhring
HRB 124169 AG München
USt-Id.-Nr. DE 198611898
St. Nr. 9143/104/10137



Unter „maxdome Kids“ findet sich das europaweit größte Angebot kindgerechter Serien und Filme mit derzeit ca. 2.500 abrufbarer werbefreier Titel, die sowohl über den PC als auch (mittels separatem Decoder) auf dem TV-Gerät angesehen werden können. Das Angebot von „maxdome Kids“ umfasst auch Produktionen öffentlich-rechtlicher Anbieter, wie z.B. die Kinderserien „Dragon“, „Die Blechköpfe“, „Irgendwie Anders“ oder „H2O“ vom Zweiten Deutschen Fernsehen.

Darüber hinaus ist die ProSiebenSat.1 Media AG über ihre Tochtergesellschaften Sat.1, ProSieben, kabel eins, N24, 9Live und SevenSenses Anbieterin von fünf bundesweit freiempfangbaren Rundfunkprogrammen sowie zwei bundesweit empfangbaren entgeltfinanzierten Rundfunkprogrammen („Pay-TV“).

Im Bereich der internetbasierten On-Demand-Dienste ist die ProSiebenSat.1 Media AG über die Websites der bundesweit empfangbaren Programme Anbieterin von kostenfrei abrufbaren Sendungsmitschnitten („Catch-Up TV“).

Marktdefinition

Der gattungsübergreifende Vergleich zwischen Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und des privaten Rundfunks fällt naturgemäß schwer, da den beiden Säulen des dualen Rundfunksystems in Deutschland unterschiedliche Finanzierungsmodelle zu Grunde liegen. Dennoch besteht zwischen den Abrufangeboten beider Anbieter aus Sicht des Konsumenten eine Austauschbarkeit, so dass der relevante Markt hier der Markt für Video on Demand Dienste ist – unabhängig davon, ob diese gegen Entgelt genutzt werden können oder durch Gebühren finanziert werden.

Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks können kostenfreie Angebote des privaten Rundfunks tangieren, da über das gebührenfinanzierte Angebot von Inhalten das Zuschauerinteresse (Verweildauer, Klickraten, Marktanteile o.ä.) verlagert wird und so nicht mehr zur Refinanzierung werbefinanzierter privater Angebote zur Verfügung steht.

Darüber hinaus sind entgeltpflichtige Angebote, wie „maxdome Kids“, betroffen, wenn vergleichbare Inhalte auch ohne weiteres Entgelt (in öffentlich-rechtlichen Mediatheken) abrufbar sind. Da beide letztgenannten Angebote direkt teilnehmerfinanziert am Markt agieren, ist hier die Betroffenheit am höchsten, da beide Angebote aus dem gleichen Budget für



Medieninhalte der Teilnehmer finanziert werden. Ob dieses Budget für ein dem klassischen Pay-TV vergleichbares Abonnement abfließt oder zur Entrichtung der gesetzlich vorgeschriebenen Rundfunkgebühren bleibt sich in seiner Auswirkung auf die finanzielle Ausstattung der Haushalte gleich. Bei der Beurteilung der Auswirkungen eines neuen Dienstes auf andere Marktteilnehmer sind die Angebote kommerzieller Anbieter demnach zwingend mit zu berücksichtigen.

Bei der in der Angebotsbeschreibung der KI.KAplus Mediathek vorgenommenen Marktdefinition werden hingegen entgeltfinanzierte Mediatheken willkürlich und sachlich falsch – und überdies ohne weitere Begründung - ausgegrenzt.

Besonders bedenklich ist, dass damit dem MDR-Rundfunkrat letztlich schon die Information über die Existenz des deutschen Marktführers für On-Demand-Angebote für Kinder vorenthalten wird und der Rundfunkrat somit seiner Funktion als Beauftragungs- und Kontrollgremium nicht vollständig nachkommen kann. Eine Beurteilung der marktlichen Auswirkungen des geplanten Vorhabens ist so nicht möglich.

Forderungen:

→ Vergleich der Marktauswirkungen sowohl hinsichtlich der werbe- wie auch entgeltfinanzierten Angebote der privaten Veranstalter

Finanzierung

Die kaum nennenswerten Ausführungen zur Finanzierung der KI.KAplus Mediathek lassen keine substantiierte Würdigung zu. Wie bereits vielfach hervorgehoben, macht der (oftmals zusätzliche) Erwerb von „On-Demand“-Rechten für TV-Produktionen sowie die technischen Verbreitungskosten für das „Streamen“ der Inhalte den Löwenanteil der Kosten jeder Mediathek oder vergleichbarer Angebote aus.

Ein Budget von 200.000 Euro p.a. dürfte somit nur einen Bruchteil der tatsächlichen Mehrkosten decken, die durch das Angebot der KI.KAplus Mediathek entstehen. Darüber hinaus ist es den öffentlich-rechtlichen Anbietern bereits heute möglich, ihre Kinderprogramme über kommerzielle On-Demand-Portale in einem attraktiven, kindgerechten Umfeld anzubieten, wie dies bereits auf „maxdome Kids“ mit den unter Ziffer 2. genannten Kinderprogrammen des Zweiten Deutschen Fernsehens umgesetzt wird.



Forderungen:

- Transparente Darlegung der Mittelverwendung für den Rechteerwerb sowie der Technik-, Betriebs- und Konzeptionskosten
- Keine Mittelverwendung für den Erwerb von On-Demand-Rechten für Lizenzspielfilme und –serien
- Öffnung der Programmarchive für „Private Public Partnerships“ hinsichtlich nicht originär publizistischer und/oder sendungsbezogener Angebote
- Überprüfung der Marktauswirkungen der KI.KAplus Mediathek durch regelmäßige, transparente Ausweisung der Nutzungsdaten, bzw. Teilnahme an branchenweit standardisierten Erhebungsverfahren (z.B. IVW)

Inhalte

Auch bei einer öffentlich-rechtlichen Mediathek, die sich nur oder vorrangig aus Kinderprogrammen zusammensetzt, halten wir eine abgestufte Verweildauer des einzelnen Programmgenres über einen Zeitraum von drei Monaten bis zur zeitlich unbefristeten Archivierung für unabdingbar.

Uns erscheint eine thematisch orientierte Herangehensweise sinnvoll, die eine zeitlich abgestufte Verfügbarkeit von rein unterhaltungsorientierten Programmen (kurze Verfügbarkeit) und informationsorientierten Inhalten wie z.B. Nachrichten oder Ratgebersendungen (längere Verfügbarkeit) sicherstellt. Es erscheint nicht nachvollziehbar, warum z.B. Zeichentrickserien, die größtenteils in Lizenz erworben worden sind, in gleicher oder ähnlicher Form auch bei privaten Wettbewerben zu sehen sind oder zu sehen waren, hier einen besonderen Status erhalten sollten. Derartige Unterhaltungsformate sollten lediglich über einen Zeitraum von sieben Tagen verfügbar sein. Eine langfristige Verfügbarkeit nur von kindgerecht aufgearbeiteten Informationsprogrammen, wie z.B. „Kummerkasten“, „KI.KA LIVE“ oder „Fortsetzung folgt“ erscheint hier dem öffentlich-rechtlichen Auftrag angemessener

Forderungen:

- Überprüfung der Einordnung der einzelnen Programmelemente in die Kategorien hinsichtlich der Verweildauer durch den Rundfunkrat
- Jährlicher Bericht über die Kategorisierung der einzelnen Programmelemente

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.



Mit den besten Grüßen,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Heiko Zysk'.

i.A. Heiko Zysk
stv. Leiter Medienpolitik
ProSiebenSat.1 Media AG