

VSZV/VPRA, Calwer Str. 31, 70173 Stuttgart

**Südwestrundfunk
Geschäftsstelle Rundfunkrat und Verwaltungsrat
Herrn Dr. Adolf Weiland
Neckarstraße 230
70190 Stuttgart**

Stuttgart, 16.11.2021

Stellungnahme zum Telemedienänderungskonzept des SWR vom September 2021

Sehr geehrter Herr Dr. Weiland,

im Namen der Mitglieder von VSZV und VPRA nehmen wir gerne die Gelegenheit wahr, zum Telemedienänderungskonzept des SWR vom 24. September 2021 Stellung zu nehmen.

Der Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger e.V. (VSZV) ist die landesweite Interessenvertretung der baden-württembergischen Tageszeitungsverlage mit Sitz in Stuttgart. Ihm gehören gegenwärtig 49 von insgesamt 50 selbständigen Tageszeitungsverlagen in Baden-Württemberg und zusätzlich eine Redaktionsgesellschaft an. Der VSZV bezweckt die Wahrung und Vertretung der gemeinsamen ideellen und wirtschaftlichen Interessen der Verlage. Er ist zugleich der Landesverband des Bundesverbandes Digitalpublisher und Zeitungsverleger, BDZV, mit Sitz in Berlin.

Der Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA) ist die landesweite Interessenvertretung der baden-württembergischen privaten Rundfunkanbieter. Der Verband vertritt in Baden-Württemberg die gemeinsamen ideellen und wirtschaftlichen Interessen von 15 Hörfunk- und 3 regionalen Fernsehunternehmen und ist der Landesverband der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunkanbieter (APR) mit Sitz in München.

Unsere Stellungnahme gliedert sich wie folgt:

- I. Einleitung und Vorbemerkung
- II. Im Einzelnen:
 1. Verstoß gegen das Verbot der flächendeckenden Lokalberichterstattung
 2. Sicherung der Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit
 3. Zur Verbreitung auf Drittplattformen
 4. Änderung des Verweildauerkonzepts
 5. Beitrag der wesentlichen Änderungen in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb
 6. Auswirkungen im Markt für Journalistische Produkte im Nachrichtenmarkt
- III. Zusammenfassung

I. Einleitung und Vorbemerkung

Es liegt nun schon über 10 Jahre zurück, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter der Öffentlichkeit ihre Telemedienkonzepte präsentiert haben. Im Juli des Jahres 2009 war damals „für sämtliche betroffenen Kreise“ die Möglichkeit gegeben, zu den unterschiedlichsten Angeboten im Zuge der durchgeführten Anhörungen Stellung zu nehmen. Die Verbände VSZV, der VPRA sowie der Verband der Zeitungsverleger in Rheinland-Pfalz und Saarland e. V. hatten sich in einer gemeinsamen Stellungnahme vom 28. Juli 2009 zu den Telemedienkonzepten des SWR geäußert.

Damals kam man aus Sicht der Verbände zu folgendem Ergebnis:

„Alle Konzepte versäumen es, substantiierte Angaben zum Sendungsbezug der einzelnen Telemedienangebote zu machen; ferner begnügen sie sich mit Blick auf das in § 11d Abs. 2 Nr. 3 Rundfunkstaatsvertrag enthaltene Verbot nicht sendungsbezogener presseähnlicher Angebote mit eher untauglichen bzw. pauschalen Feststellungen. Gleiches gilt für das durch § 11d Abs. 5 Satz 2 RStV gesetzlich geregelte Verbot flächendeckender Online-Lokalberichterstattung. Schwerwiegende Mängel weisen außerdem die vorgenommenen Wettbewerbspriorisierungen sowie die vorgelegten Verweildauerkonzepte auf. Stattdessen wird die Konzeptbeschreibung an vielen Stellen von Formelhaftem und von Selbstverständlichkeiten geprägt.

Zahlreiche in den Konzepten enthaltene Aussagen verfehlen den Kern dieses Drei-Stufen-Test-Verfahrens. Gänzlich ungeachtet der angezeigten inhaltlichen Bewertung bspw. der auf S. 20 des SWR-Telemedienkonzepts enthaltenen Selbsttitulierung des SWR als „Garant für Meinungsvielfalt“ kann mit solchen Behauptungen keine Auftragsrelevanz eines kommunikativen Bedürfnisses unterfüttert werden.

Der SWR nimmt mit einer Vielzahl derartiger Einschätzungen (vgl. nur S. 21 ff.: Medienkonzentration, Werbung, Jugendschutz usw.) zu seiner Rolle in der Medienlandschaft Stellung, ohne hierdurch zur Sachprüfung der einzelnen Online-Angebote beizutragen. An anderer Stelle (vgl. S. 27 des Telemedienkonzepts) erklärt er pauschal, die in der Anlage zu § 11d Abs. 5 Satz 4 enthaltene Negativliste zu respektieren, ohne sich hierzu auch inhaltlich zu äußern. Die inhaltliche Befassung mit den Inhalten von www.SWR.de, www.SWR3.de, www.DASDING.de sowie für das Archivradioprojekt des Südwestrundfunks fällt daher in den Aufgabenbereich der verantwortlichen Rundfunkräte oder muss einem Folgeverfahren vorbehalten bleiben.“

Schon vor 10 Jahre war längst absehbar:

„Mit dem Internet verändern sich die gesellschaftlichen Bedürfnisse an das Mediensystem und das Wettbewerbsumfeld radikal. Auch die Rolle der öffentlich-rechtlichen Anstalten kann angesichts der neuen Vielfalt im Internet nicht die gleiche sein wie im analogen Mediensystem. Der Prozess, der diese Rollenveränderung begleitet, ist der Drei-Stufen-Test.“

und (auch damals bereits festgestellt),

„Im Internet gibt es eine kaum überschaubare Fülle von journalistisch-redaktionellen Angeboten und Formaten, die sich im intensiven Wettbewerb und mit hoher Innovationsgeschwindigkeit entwickeln. **Das wichtigste gesellschaftliche Interesse in diesem Umfeld ist die Sicherung von Vielfalt, Innovation und einer effizienten Ausgestaltung des Mediensystems.**“

und weiterhin:

„Im Internet gibt es funktionierende Märkte und einen funktionierenden Wettbewerb. Ein mit Gebührenmitteln finanzierter Eingriff in diese Mediensphäre durch eigenständige Telemedienangebote ist daher nicht uneingeschränkt möglich und muss begründet werden.“ Dies ist der Kern des EU-Beihilfekompromisses vom April 2007 ...“

Gerade die beiden letztgenannten hervorgehobenen Sätze beanspruchen auch 10 Jahre später unverändert Geltung.

Nun weist das jetzt vorgelegte Telemedienänderungskonzept des SWR ebenfalls - zu Recht - darauf hin (S. 5), dass

„... sich aufgrund der voranschreitenden Digitalisierung der Medien auch das Nutzungsverhalten und das Nutzungsbedürfnis der Menschen in Deutschland verändert hat und weiterhin dynamisch verändert. ...“

sowie

„... erst diese sprunghaften Verbesserungen der technischen Infrastruktur haben Angebote für zeitsouveränen Abruf und die mobile Nutzung massentauglich gemacht. Sowohl Drittplattformen wie u. a. Social Media-Angebote, als auch kommerzielle Video-Plattformen haben in der Folge die tradierte Verbreitung von Informationen aber auch von Audios und Videos verändert.“

was aus unserer Sicht schlichtweg die Notwendigkeit unterstreicht, dass die angedachten Änderungen **mit besonderer Sorgfalt einer Prüfung zu unterziehen sind**.

Im Telemedienänderungskonzept wird darauf verwiesen (S. 7), dass bereits

„... durch den 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 1. Mai 2019 eine Reihe von Veränderungen der gesetzlichen Beauftragungen des SWR im Bereich der Telemedienangebote erfolgt sind. Diese Veränderungen sind mittlerweile in den Medienstaatsvertrag (Wirksamwerden zum 7.11.2020) übergegangen. Beibehalten wurde die abstrakt-generelle Beauftragung, öffentlich-rechtliche Telemedienangebote anzubieten und zu verbreiten. Inhalt, Umfang sowie Art und Weise des Angebots sollen in einem staatsvertraglich vorgegebenen Verfahren festgelegt und konkretisiert werden.“

Das hebt auf die Festlegungen in § 30 Absatz 2 (Konkretisierung des in § 30 Abs. 1 MStV abstrakt-generell formulierten Auftrages) und Absatz 3 MStV ab. Was die Angebote außerhalb der eigenen Portale betrifft, wird auf §§ 30 Abs. 4 Satz 2 sowie 32 Absatz 1 Satz 3 MStV verwiesen. Für Verweildauer verweist man auf die Regelung des § 32 Absatz 1 Satz 2 MStV.

Zur Frage der Presseähnlichkeit bezieht man sich auf § 30 Absatz 7 MStV.

Auch stellt das Papier unter Beziehung auf die Bestimmung des § 32 Absatz 3 MStV darauf ab, dass nicht jede Abweichung von einem genehmigten Telemedienkonzept die Erstellung eines neuen Telemedienkonzeptes und die Durchführung eines Dreistufentests erfordert, vielmehr

„... dass sich das Verfahren in den Fällen einer wesentlichen Änderung nur auf die Abweichungen von den bisher veröffentlichten Telemedienkonzepten bezieht“.

Unabhängig davon ist hier darauf hinzuweisen, dass nach der Bestimmung des § 32 Absatz 3 Satz 1 MStV die in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten, das ZDF und Deutschlandradio nach ihren Satzungen oder Richtlinien die Kriterien, in welchen ein neues Telemedienkonzept oder

dessen wesentlichen Änderungen vorliegen, ja gerade selbst bestimmen, auch wenn es entsprechend den Bestimmungen des § 32 Absatz 4 bis 7 einer besonderen Prüfung bedarf. Man bestimmt die Leitlinien im Grunde selbst.

Zusätzlich wollen wir noch 2 Dinge ansprechen, die sich im Jahre 2009 in ähnlicher Weise zugetragen haben, und sich irgendwie zu wiederholen scheinen:

So wollen wir an dieser Stelle unser Unverständnis darüber ausdrücken, dass weder der VSZV noch der VPRA oder gar deren Bundesverbände BDZV und APR, abseits allgemeiner öffentlicher Ankündigung im Sommer 2021 und trotz bestehender Gesprächskontakte über den Beginn des Drei-Stufen-Test-Verfahrens unmittelbar informiert wurden.

Die sachgerechte, umfangreiche und rechtzeitige Eingabe direkter Wettbewerber ist für die Durchführung des Verfahrens entscheidend. Ein solches Vorgehen entspricht auch dem deutlichen Hinweis im EU-Beihilfekompromiss, dass Dritten die Gelegenheit zur Stellungnahme über die zu erwartenden Auswirkungen auf den Markt einzuräumen ist (vergleiche die Randziffer 370 des Schreibens vom 24.04.2007). Es zeigt, welche Bedeutung die Europäische Kommission der Äußerungsmöglichkeit Dritter im Verfahren zugemessen hat.

Vor diesem Hintergrund ist auch die Wahl der Mindestfrist von sechs Wochen zu werten, die zudem teilweise in der Herbstferienzeit liegt (im Jahre 2009 waren es übrigens die Sommerferien).

Kernstück des nun vorliegenden Konzepts ist die Ausweitung der Verweildauern für Telemedienangebote. Daneben trifft das Telemedienänderungskonzept auch Aussagen über die Weiterentwicklung der Telemedienangebote des SWR und über Schritte, die in der kommenden Zeit unter anderem in Richtung „online only“, „online first“ und Drittplattformen unternommen werden sollen.

Die Weiterentwicklung des Angebots des SWR in Verbindung mit dem aktuell vorliegenden und dem Verfahren zugrundeliegenden Telemedienänderungskonzept berührt auch Grundfragen des Verhältnisses von öffentlich-rechtlichen und privaten Medienangeboten. Insoweit nehmen wir auch auf unsere damaligen Ausführungen zum Drei-Stufen-Test ausdrücklich Bezug. Im Folgenden nehmen wir sodann zu den besonders relevanten Aspekten Stellung, die das Telemedienänderungskonzept betreffen.

VSZV und VPRA halten das zur Genehmigung anstehende Telemedienänderungskonzept für in entscheidenden Teilen unzureichend und daher nicht genehmigungsfähig.

II. Im Einzelnen:

II.1. Verstoß gegen das Verbot der flächendeckenden Lokalberichterstattung

Im Kapitel zur Entwicklung der SWR-Telemedien, S. 13 ff. wird in den allgemeinen Ausführungen auf S. 14 auch das **Thema „Regionalität“** angesprochen:

„Dabei gehört der Faktor Regionalität **zum Alleinstellungsmerkmal und zur Kernkompetenz der Telemedienangebote des SWR**. Auch im Online-Bereich erweist sich dieser Aspekt bei den Inhalten, unabhängig über welche Themen- oder Markenzugängen sie angeboten werden, als elementar.“

Das ist Fakt: Der Wert lokaler und regionaler Informationen ist für die Akzeptanz eines Telemedienangebots von bestimmender Bedeutung, d.h. „Informationen zum lokalen Zeitgeschehen, also zum Beispiel aus dem Bereich des Wohnorts einer Person oder deren direkten Umgebung“.

Um den Stellenwert lokaler Information in verschiedenen Medienangeboten für die Meinungsbildung zu verdeutlichen, sei hier auf die Mediengewichtungsstudie der Landesmedienanstalten 2020 II (Kantar Media Research) verwiesen, die herausstellt, dass allgemein „das Internet mit gut 29% den höchsten Marktanteil an der Info-Nutzung zu lokalen Themen hat“. Aufgrund der hohen subjektiven Relevanz sind Internet (also die Telemedienangebote) und Tageszeitung auch insgesamt mit Abstand am „gewichtigsten“ für die lokale Meinungsbildung, danach folgen Radio und Fernsehen:

Gewicht für die lokale Meinungsbildung

Aufgrund der hohen subjektiven Relevanz sind Internet und Tageszeitung auch insgesamt mit Abstand am „gewichtigsten“ für die lokale Meinungsbildung.



Angaben in Prozent; *) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen
 Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.455

Kantar – Mediengewichtungsstudie 2020-II

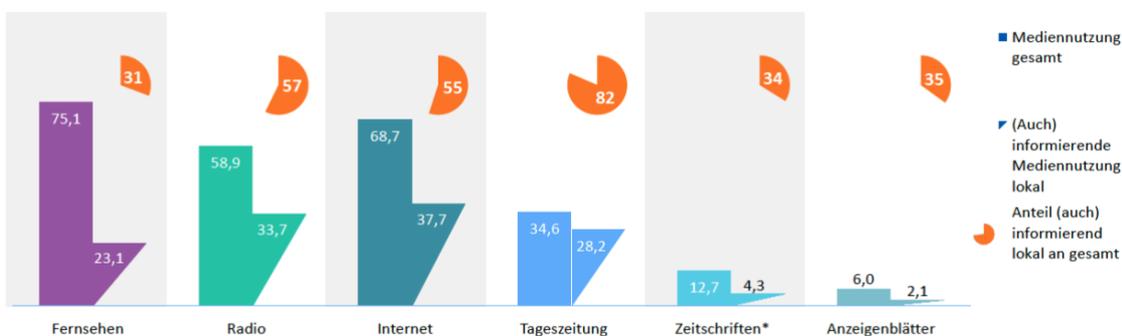
11



Darüber hinaus enthält die Studie weitere Aussagen zum Stellenwert lokaler Informationen in Medienangeboten:

Tagesreichweite Mediennutzung – gesamt vs. informierend (lokal)

Tageszeitung klar mit dem höchsten Info-Anteil zu lokalen Themen. Auch Radio und Internet mit >50% lokalem Info-Anteil.



Angaben in Prozent; *) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen
 Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.455

Kantar – Mediengewichtungsstudie 2020-II

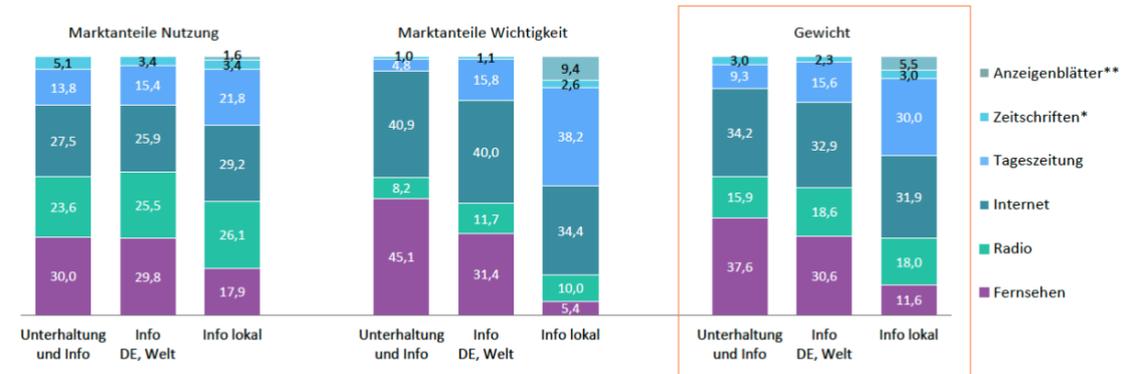
22



und weiterhin

Mediennutzung gesamt vs. informierend: Nutzung, Bedeutung, Gewicht

Für Lokales spielen gedruckte Infos (Tageszeitung und Anzeigenblätter) eine vergleichsweise große Rolle. Internet gleichermaßen bedeutsam, TV vor allem relevant für Überregionales.



Angaben in Prozent; *) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen **) Anzeigenblätter wurden nur im Rahmen lokaler Meinungsbildung abgefragt
 Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=4.455

Somit gehört die Thematik Lokalität/Regionalität sicherlich zu den sensibelsten und schwierigsten Teilbereichen, was die Beurteilung der Telemedienangebote des SWR angeht.

So stellen sich hier die aus unserer Sicht die schwierigsten Abgrenzungsfragen, gerade wenn man § 30 Absatz 5 Satz 1 Ziff. 5 MStV heranzieht, der das Verbot beinhaltet, dass in Telemedienangeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks „eine flächendeckende lokale Berichterstattung“ nicht zulässig ist und dabei feststellen muss, dass die aktuellen Telemedienangebote des SWR jedoch eine Vielzahl Übersichtsseiten bieten, die Beiträge subregional zusammenfassen, deren Bedeutung eben nicht über den lokalen Maßstab hinausreichen.

Tagesbeispiele lassen sich täglich in dem Angebot www.swr.de insbesondere SWR Aktuell finden: <https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/index.html> aufgliedert in Baden-Württemberg oder Rheinland-Pfalz.

<https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/index.html> (26.10.2021, 14:10 Uhr), nachstehend beispielhaft ein Screenshot:

KURZNACHRICHTEN

TITISEE-NEUSTADT
Geschäft mit Schwarzwälder Kuckucksuhren eingebrochen
SINDELFINGEN
Waffenfund in Wohnung nach Schuss mit Gaspatrone
CRAILSHEIM
Mann mit Messer im Gesicht verletzt
MÜNSTERAL
80-Jährige bei Dachstuhlbrand gestorben
ESSLINGEN
A8: Kleinbus kracht gegen Baustellenabsicherung



MASSNAHMEN ZUR PANDEMIEBEKÄMPFUNG
Immer weniger Menschen in Baden-Württemberg nutzen Corona-Schnelltests

SPÄTFOLGEN "EXTREM SELTENE RARITÄT"
Stiko-Chef Mertens weist Corona-Impfbedenken von Fußball-Profi Kimmich zurück

Die hinter den Ortsmeldungen jeweils hinterlegten Meldungen sind entgegen dem Gebot des § 30 Absatz 7 MStV darüber hinaus presseähnlich gestaltet, siehe zu diesem Fragenkreis noch unten II.2.

Darüber hinaus: Wo Regionalisierung aufhört und Lokalität anfängt lässt sich möglicherweise nicht immer trennscharf abgrenzen. Gleichwohl bieten Angebote wie www.swr.de/aktuell Steuerungsmöglichkeiten, um dem Nutzer „Inhalte aus dessen näheren Umgebung“ anzeigen zu lassen. Das sei mit folgendem Screenshot verdeutlicht:



AUS IHRER REGION

Im nächsten Schritt fragt Sie Ihr Browser am Bildschirmrand nach Ihrem Standort. Klicken Sie dort bitte auf „Zulassen“, wenn Sie hier Inhalte aus Ihrer näheren Umgebung sehen möchten. Weitere Details zur Auswertung der Standortdaten können Sie in unserer [Datenschutzerklärung](#) nachlesen.

Im Ergebnis werden in äußerster Weise sowohl lokale Zeitungsangebote als auch Angebote der lokalen Rundfunk- und Fernsehveranstalter substituiert und der Vielfalt und der Entfaltungsmöglichkeit dieser Presse durch die Telemedienangebote des SWR geschadet.

Es ist an unterschiedlichster Stelle zu beobachten, dass entgegen dem Verbot flächendeckender lokaler Berichterstattung (§ 30 Abs. 5 Nr. 3 MStV) presseähnliche Texte in den Telemedien des SWR auftauchen, die lediglich von lokalem Interesse sind. Angesichts dieser Entwicklung muss im Telemedienänderungskonzept erläutert werden, wie diesem staatsvertragswidrigen Trend Einhalt geboten wird / werden soll.

Denn eines der Ziele des Medienstaatsvertrages ist es auch, durch Schutzvorschriften auch die vielfältige lokale Presselandschaft in Deutschland mit über tausend lokalen Ausgaben von Tageszeitungen und hunderten von lokalen privaten Rundfunkangeboten vor wettbewerbswidrigen Eingriffen durch Rundfunkanstalten zu schützen und auch dafür Sorge zu tragen, dass ein angestrebtes duales Rundfunksystem funktionsfähig wird, ohne einseitige Bevorteilung der öffentlich-rechtlichen Anbieterseite. Dem dient auch das Verbot flächendeckender lokaler Berichterstattung in den Telemedienangeboten der Rundfunkanstalten.

Hier sehen wir aber durch die Ausdehnung der Konzeption eine erhebliche Verstärkung des bestehenden Ungleichgewichts im dualen Rundfunksystem.

Zudem liegt die Gefahr auf der Hand, dass von den linearen Programmen vollständig losgelöste „online only“-Telemedienangebote noch stärker als bisher zum Einfallstor für flächendeckende Lokalberichterstattung werden, um auch insoweit - wie zitiert - den Nutzererwartungen zu entsprechen. Nichts ist für den gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk leichter, als über allein für das Internet erstellte Online-Portale zu Wettbewerbern für die Tageszeitungen oder für private lokale Rundfunkanbieter in der Lokalberichterstattung zu avancieren.

Auch schweigt sich das Telemedienkonzept aus, wie die Einhaltung des Verbots flächendeckender lokaler Berichterstattung in öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten (§ 30 Abs. 5 Nr. 3 MStV) denn tatsächlich gesichert wird / werden soll.

II.2. Sicherung der Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit

Gemäß § 30 Abs. 7 MStV dürfen sämtliche Telemedienangebote, auch die, die sich der SWR durch sein Telemedienänderungskonzept ausbedingen möchte, nicht presseähnlich sein und müssen und im Schwerpunkt mittels Tons und Bewegtbild gestaltet sein.

Die durch den Medienstaatsvertrag getätigte Grenzziehung ist zwingend und ein zentrales Element für die Staatsferne der Presse sowie Kern der Medienordnung der Bundesrepublik. Presse ist im Wesentlichen (wenn auch nicht ausschließlich) ein Lesemedium – das Lesen von gedruckten und digital verbreiteten Texten unterscheidet sich dabei nicht. Bei der Einordnung von Telemedien als Presse kommt es dabei nicht allein auf die Gestaltung von Texten an, sondern auch auf den inhaltlichen Schwerpunkt des Angebots.

Vor dem Hintergrund, dass die Mitgliedsverlage des VSZV im Rahmen digitaler Transformation nachhaltige Bezahlmodelle für professionellen Journalismus etablieren und stärken müssen, sind die Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für privatfinanzierte Presseverlage von herausragender Bedeutung.

Die sorgsame Kontrolle der Einhaltung der Grenze des § 30 Abs. 7 MStV ist aus den vorgenannten Gründen zwingend erforderlich und muss im Rahmen des Drei-Stufen-Tests ausdrücklich bedacht werden. Auch das Telemedienänderungskonzept des SWR betont zurecht (wie oben bereits erwähnt), dass „bei der Vermittlung von Nachrichten im Internet Text unverändert eine maßgebliche Rolle spielt“.

Wie die Medienverbände BDZV und VSZV in der Vergangenheit deutlich betont haben, ist die Menge an presseähnlichen Telemedienangeboten ohne Sendungsbezug beim SWR stark angestiegen. Teil des seit Jahren verfolgten Telemedienkonzepts scheint auch der Ausbau von Textkapazitäten und entsprechenden Redaktionen zu sein. Damit möchte der SWR offenbar dem allgemeinen Trend folgen, dass im Internet auch viele gelesene Inhalte konsumiert werden.

Angesichts dieser „maßgeblichen“ Rolle des Textes bei der Vermittlung von Nachrichten im Internet, und vor dem Hintergrund, dass die „Sendungen“ in den Telemedienangeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gem. § 30 Abs. 2 Nr. 1 MStV „audiovisuelle Inhalte“ aufweisen müssen, also nicht als Lesemedium dienen dürfen, wäre zu erwarten gewesen, dass die Darstellung dessen, wie die Sicherung des Verbots presseähnlicher Inhalte in den Telemedien des SWR (§ 30 Abs. 7 MStV) gewährleistet wird/werden soll, einer der maßgeblichen Bestandteile des Telemedienänderungskonzepts ist.

Diesen Verpflichtungen wird das vorliegende Telemedienänderungskonzept nicht gerecht:

Schon beim ersten Blick auf den Abschnitt „Maßnahmen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit“ im Telemedienänderungskonzept fällt ins Auge, wie stiefmütterlich diese Thematik behandelt wird.

Dies beginnt bereits damit, dass die Ausführungen unter der Überschrift „Maßnahmen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit“ in dem 80 Seiten umfassenden Telemedienänderungskonzept nur gut eine Seite (S. 39 Mitte bis S. 40 Mitte) umfassen.

Die Darstellungen zur „Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit“ sind im Vergleich zu den übrigen Telemedienänderungskonzepten anderer Landesrundfunkanstalten nahezu inhaltsgleich. Dies muss schon deshalb überraschen, sind doch die Telemedienangebote der einzelnen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten jeweils individuell gestaltet, so dass es geradezu zwingend ist, dass jede öffentlich-rechtliche Anstalt konkret bezogen auf ihre eigenen Telemedienangebote substantiiert darlegt, wie die „Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit“ (§ 30 Abs. 7 Satz 1 MStV) tatsächlich sichergestellt ist oder werden soll.

Dass es sich bei dem „Verbot der Presseähnlichkeit von Telemedienangeboten“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (§ 30 Abs. 7 Satz 1 MStV) keineswegs um eine Petitesse handelt, wie auch das Telemedienänderungskonzept des SWR offenbar annimmt, belegen anschaulich die grundlegende Begrenzungen manifestierende „Tagesschau-App“-Entscheidung des BGH („Tagesschau-App“-Urteil v. 30.4.2015, Az. I ZR 13/14) und das ihr nachfolgende Urteil des OLG Köln v. 30.9.2016 (Az. 6 U 188/12).

Zudem dokumentiert das immer noch anhängige Verfahren zum Telemedienangebot „rbb24“ (OLG Brandenburg Az. 6 U 145/18, danach Nichtzulassungsbeschwerde siehe BGH, Beschluss vom 4.2.2021 – I ZR 798/20), dass in der Praxis die Einhaltung des Verbots keineswegs gewährleistet ist, wie dies auch die strafbewehrten Unterlassungserklärungen des BR und von RB mit Blick auf ihre Telemedienangebote dokumentieren.

Man kann auch so formulieren: Es ist allein der freien Presse zu verdanken, dass den Anstalten der ARD durch die höchstrichterliche Rechtsprechung und die nachfolgenden Entscheidungen der Instanzgerichte überhaupt Vorgaben erwachsen sind, die erfüllt sein müssen, damit deren Telemedienangebote nicht mit dem „Verbot der Presseähnlichkeit“ kollidieren.

Von sich aus - und dies belegen anschaulich die aktuellen Telemedienänderungskonzepte von SWR und den weiteren Rundfunkanstalten - wird diese Thematik von dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk noch immer nicht mit der gebührenden Ernsthaftigkeit betrieben.

Die inhaltlichen Aussagen bzgl. der „Maßnahmen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit“ sind nichtssagend, wenig konkret und bestätigen den Eindruck, dass die Einhaltung des Verbots nicht ernst (genug) genommen wird.

Dies beginnt damit, dass sich die Darstellung in weiten Teilen in der (unkommentierten) Wiedergabe einschlägiger Passagen aus dem MStV erschöpft. Das Zitieren rundfunkrechtlicher Normen - und ein pauschaler Verweis, man würde in organisatorischer Hinsicht darauf achten - ersetzt nicht den unerlässlichen Nachweis, wie der SWR die Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit in der Praxis tatsächlich konkret sicherstellen (wollen).

Wenn auf die Vereinbarung zwischen dem BDZV und den ARD-Landesrundfunkanstalten zur Einrichtung einer Schlichtungsstelle für Streitfälle bezogen auf die Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit verwiesen wird, vermag auch dies nicht die fehlenden Erläuterungen zu ersetzen.

Die Mitteilung, dass das die in Frage stehenden Telemedienangebote des SWR bzgl. des Verbots der Presseähnlichkeit „alle staatsvertraglichen Voraussetzungen erfüllen“, ist wegen ihrer Pauschalität wertlos. Dass der SWR sich selbst attestiert, er verhalte sich „staatsvertragstreu“, entbindet ihn in keiner Weise, dafür auch überzeugende Beweise vorzulegen.

So heißt es lapidar (siehe S. 39)

„Die Telemedienangebote des SWR erfüllen alle staatsvertraglichen Voraussetzungen. Sie sind im Schwerpunkt mittels Bewegtbild und Ton sowie mit internetspezifischen Mitteln gestaltet, Text steht nicht im Vordergrund.“

Wenn weiter zu lesen ist, „die „Schwerpunktsetzung bezieht sich auf das gesamte Telemedienangebot“ (ebenefalls s. 39), so wird verdrängt, dass „bei der Prüfung der Presseähnlichkeit allein auf die Gesamtheit der nicht-sendungsbezogenen Texte und Bilder abzustellen ist“ (BGH, Az. I ZR 13/14 – Hervorhebung nur hier).

Mit anderen Worten: Mögen die Telemedienangebote des SWR dann, wenn sie (tatsächlich) sendungsbezogen sind, im Schwerpunkt audiovisuell gestaltet sein, so ist dies für die Frage, ob die nicht-sendungsbezogenen Beiträge staatsvertragskonform sind, ohne Bedeutung. Entscheidend ist vielmehr, wie der SWR sicherstellt, dass nicht-sendungsbezogene Inhalte von Telemedien nicht presseähnlich sind.

Folglich lenkt es von der maßgeblichen Fragestellung ab und soll offenbar überfürsorgliches Verhalten suggerieren, wenn darauf verwiesen wird, dass „auch in Beiträgen mit einem Sendungsbezug nach Möglichkeit Videos und Audios integriert“ (S. 39) würden.

Sendungen mit einem Sendungsbezug sind durch den MStV ohnehin von dem Verbot der Presseähnlichkeit ausgenommen, so dass eine etwaige Fülle an Videos/Audios bei sendungsbezogenen Beiträgen ein überbordendes Textangebot in den nicht-sendungsbezogenen Beiträgen keineswegs zu kompensieren vermag.

Der lapidare Hinweis, „Audios und Videos“ würden „in den Angeboten auch optisch in den Vordergrund gestellt“ (S. 39), bedeutet noch lange nicht, ein nicht-sendungsbezogenes Angebot sei deshalb presseunähnlich. So ist der rechtskräftigen Entscheidung des OLG Köln (a.a.O.) zu entnehmen:

„Audiovisuelle Inhalte stehen nur dann gleichberechtigt neben dem Text, wenn der Text darauf angelegt ist, dass der Nutzer diese Inhalte zur Kenntnis nimmt. Wenn Verweise auf audiovisuelle Inhalte nur als Hinweis auf weiterführende Informationen gestaltet sind, die Text und Standbilder aber aus sich heraus verständlich sind, ist deren Gestaltung als presseähnlich zu qualifizieren“.

Wenn - bezogen auf nicht-sendungsbezogene Inhalte - die Text-/Bild-Berichterstattung „aus sich heraus verständlich ist“, wenn die „Texte ohne Kenntnisnahme von weiteren Inhalten, auf die überdies nur gelegentlich verwiesen wird, verständlich“ sind (LG Potsdam, Urteil v. 25.7.2018, Az. 2 O 105/17), dann ist ein nicht-sendungsbezogenes Telemedienangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks presseähnlich, selbst wenn Audio/Video-Material beigelegt wird.

Schließlich ist zu lesen (S. 39): „Da u.a. sendungsbezogene Telemedienangebote von dem Verbot unberührt bleiben, werden bei der Bewertung Audios und Videos mit Beiträgen ohne Sendungsbezug ins Verhältnis gesetzt, um Sorge zu tragen, dass Audios und Videos textliche Beiträge überwiegen“.

Die Telemedienangebote des SWR und der ARD nach diesem Schema zu bewerten, ist rechtsirrig und macht deutlich, dass das vorliegende Telemedienänderungskonzept (auch in diesem Punkt) nicht staatsvertragskonform ist.

Wenn die zitierte Passage so gemeint sein sollte, dass bezogen auf das gesamte Telemedienangebot „Audios und Videos mit Beiträgen ohne Sendungsbezug“ so zu den Textbeiträgen „ins Verhältnis gesetzt“ werden, „dass Audios und Videos textliche Beiträge überwiegen“, so ist dies schon deshalb rechtlich nicht haltbar, weil der BGH (wie dargestellt) entschieden hat, dass „bei der Prüfung der Presseähnlichkeit allein auf die Gesamtheit der nicht-sendungsbezogenen Texte und Bilder abzustellen ist“.

Mit anderen Worten: Es ist schlicht unerheblich, wie reich die sendungsbezogenen Teile eines öffentlich-rechtlichen Telemedienangebots mit Audios/Videos bestückt werden, entscheidend ist allein, ob die nicht-sendungsbezogenen Teile durch „stehende Text und Bilder geprägt“ sind (BGH, a.a.O.).

Zudem ist darauf zu verweisen, dass sich „ein ins Verhältnis setzen“, also eine „quantitative Betrachtungsweise“, hinsichtlich der Frage „verbietet“, ob ein nicht-sendungsbezogenes Telemedienangebot presseähnlich ist (OLG Köln, a.a.O.). Denn - dies hat das OLG Köln zutreffend entschieden - Textbeiträge und audiovisuelle Beiträge lassen sich „nicht über eine gemeinsame Maßeinheit in Beziehung setzen“.

Im Telemedienänderungskonzept werden wesentliche Fragen zur Presseähnlichkeit nicht thematisiert.

Es ist für jedermann zu beobachten, dass in den Telemedienangeboten des SWR immer häufiger versucht wird, presseähnlichen Textangeboten lediglich durch einen floskelhaften Verweis auf eine Hörfunk-/TV-Sendung einen scheinbar legitimierenden Sendungsbezug zu verleihen. Dies ist beispielhaft dann der Fall, wenn der presseähnlichen Textberichterstattung nur der Zusatz beigefügt ist: „Über dieses Thema hat ... in seinen Hörfunknachrichten berichtet“. Ein solcher rein formaler Ausweis eines Sendebezuges reicht nicht aus, allzumal dann, wenn noch nicht einmal erkennbar ist, wann genau im Hörfunk über das Thema berichtet wurde. Wie der SWR sicherstellt/sicherstellen will, dass derartige rechtswidrige Praktiken unterbleiben, wird in den Telemedienänderungskonzepten nicht thematisiert.

Weiter stellt es eine dem MStV widersprechende Umgehung des Verbots der Presseähnlichkeit dar, wenn – wie ebenfalls zu beobachten – zwar der Hinweis auf einen Sendebezug hinreichend präzise ist, die audiovisuelle Programmberichterstattung, auf die Bezug genommen wird, jedoch so kurz und/oder so nichtssagend ist, dass der umfangreiche und inhaltsreiche Textbeitrag in dem Telemedium die unergiebigere Berichterstattung im Hörfunk- oder TV-Programm weit in den Schatten stellt. Besteht ein eklatantes Missverhältnis zwischen der Informationsvermittlung des gesendeten Programms und dem abrufbaren Textangebot, vermag ein derartig nichtssagender „Sendebezug“ ein presseähnliches Textangebot nicht zu legitimieren.

Auch insoweit schweigt sich das Telemedienänderungskonzept aus, wie derartiger Missbrauch unterbunden wird/werden soll.

Hinzukommt, dass beigelegtes Audio/Videomaterial für die Frage, ob Texte oder audiovisuelle Elemente im Vordergrund stehen, nur dann überhaupt Relevanz entfalten, wenn das Audio-/Video-Material konkret den Inhalt/das Geschehen thematisiert, das Gegenstand der Textberichterstattung ist. M.a.W: Das beigelegte Audio-/Video-Material muss exakt zum Text passen, mit dem Text 1:1 korrespondieren.

Schildert die Textberichterstattung beispielweise einen konkreten (aktuellen) Fall von Polizeigewalt, und werden dazu Audio/Video-Beiträge beigelegt, die sich nur allgemein mit der Problematik von Polizeigewalt (oder lange zurückliegenden Fällen) beschäftigen, dann sind diese audiovisuellen Beiträge überhaupt nicht in die Bewertung der Frage mit einzubeziehen, ob Texte oder audiovisuelle Elemente im Vordergrund stehen. Der SWR hat bereits zu fast jedem Thema irgendwann und irgendwie schon einmal berichtet, so dass er auf Grund des schon jetzt vorhandenen und stetig anwachsenden Archivmaterials unschwer in der Lage ist, aktuelle Textbeiträge in seinem Telemedienangeboten mit Audio/Video-Beiträgen zu überschwemmen, um so den Eindruck erzeugen zu wollen, die presseähnlichen Texte stünden nicht (mehr) im Vordergrund. Auf diese Weise wird das Verbot presseähnlicher nicht sendungsbezogener Telemedien medienstaatsvertragswidrig umgangen. Zu dieser Problematik schweigt das Telemedienänderungskonzept ebenfalls.

Das Erfordernis der Telemedienänderungskonzepte wird u.a. damit begründet, dass der MStV die Rundfunkanstalten beauftrage, „neben Sendungen vor und nach deren Ausstrahlung im linearen Bereich auch eigenständige audiovisuelle Inhalte bereitzustellen („online only“) S. 41.

Zudem wird davon gesprochen, dass der SWR zunehmend dazu überginge, audiovisuelle Inhalte für die lineare Ausstrahlung zu entwickeln und zur Vorabnutzung anzubieten, die mit Blick auf Telemedienangebote und die darauf bezogenen Nutzungserwartungen erstellt werden („online first“).

Bezogen auf „online only“-Telemedienangebote fehlt per se ein Sendungsbezug. Nach dem MStV dürfen somit „online only“-Telemedienangebote in keinem Fall presseähnlich sein.

„Online-first“-Telemedienangeboten fehlt zum Zeitpunkt der Einstellung ins Netz ein eventuell später noch hinzutretender Sendungsbezug. Folglich dürfen „online first“-Telemedienangebote bis zu dem Zeitpunkt, zu dem der Sendungsbezug real existent und auch ausgewiesen ist, ebenfalls nicht presseähnlich sein.

Außerdem ist zu prüfen, ob die nachträgliche Sendung auch tatsächlich in dem Maß mit dem „online first“ Telemedienangebot korrespondiert, wie dies medienstaatsvertraglich unabdingbar ist.

Zu der Frage, wie bei diesen neuen Telemedienangeboten dem Verbot der Presseähnlichkeit (fortgesetzt) Rechnung getragen wird, schweigt sich das Telemedienänderungskonzept gänzlich aus.

Dies ist umso weniger zu rechtfertigen, als die Gefahr unmittelbar droht, dass „online only“-Telemedienangebote, weil sie per se keinen Sendebezug ausweisen (können), bzw. „online first“-Telemedienangeboten, solange bis in den Programmen berichtet wird, ebenfalls kein Programmbezug ausweisbar ist, zu reinen presseähnlichen Textangeboten werden.

Damit substituieren „online only“ bzw. „online first“-Telemedienangebote des SWR die Onlineangebote der privaten Medien, wenn – wie zitiert – den „Nutzungserwartungen“ folgend „maßgeblich“ auf Text abgestellt wird. Dies ist mit dem Verbot der Presseähnlichkeit aus dem MStV unvereinbar.

Werden Telemedienangebote des SWR von den linearen Programmangeboten vollständig abgekoppelt („online only“), bzw. starten sie ohne ausgewiesenen Programmbezug („online first“), ist wegen der immanent drohenden Textlastigkeit der neuen Angebotsformen von Anfang an in noch strengerem Maß durch die Telemedienänderungskonzepte sicherzustellen, dass Presseähnlichkeit ausgeschlossen ist. Davon ist jedoch nichts zu lesen.

Die Ausführungen zum Thema „Maßnahmen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit“ werden also den Anforderungen an medienstaatsvertragskonforme Telemedienänderungskonzepte nicht gerecht. Hinzukommt, dass bezogen auf die neuen Telemedienangebote überhaupt keine „Maßnahmen“ genannt werden, wie dem Verbot der Presseähnlichkeit Rechnung getragen wird (werden soll).

Die in Frage stehenden Ausführungen können in der vorgelegten Fassung keinen Bestand haben. Sie sind nicht genehmigungsfähig.

Es gilt zu verhindern, dass der SWR das Verbot presseähnlicher Telemedien Schritt für Schritt weiter aushöhlt, um es letztlich leerlaufen zu lassen. Dies folgt auch nicht den durch den Rundfunkauftrag vorgegebenen Grenzen öffentlich-rechtlicher Textangebote und wird auch nicht durch vergangene Konzepte gerechtfertigt.

Die frappierende Hinwendung der öffentlich-rechtlichen Telemedien zu pressesubstituierenden Lesemedien zu verhindern, wäre Aufgabe unter anderem dieses Telemedienänderungskonzepts gewesen. Stattdessen leistet es der Umgehung des MStV weiteren Vorschub.

II. 3. zur Verbreitung auf Drittplattformen

Obschon der aktuelle Medienstaatsvertrag (§§ 30 Absatz 4 Satz 2, 32 Absatz 1 Satz 3 MStV) und auch das bereits vorliegende Telemedienkonzept des SWR eine Verbreitung außerhalb von eigenen Portalen vorsehen, ist hier mit Blick auf die staatsvertraglichen Vorgaben eine genaue Betrachtung angebracht.

Dabei sei auf folgendes hingewiesen: Das Verbot der Presseähnlichkeit läuft schon jetzt bei der Verbreitung der Angebote auf Drittplattformen generell ins Leere (s.o.): Durch die Veröffentlichung von einzelnen (Text-) Beiträgen auf Drittplattformen (so vor allem in Social-Media-Angeboten wie z.B. Facebook) kann das „Angebot“ nicht mehr der Maßstab für die Beurteilung der Presseähnlichkeit sein. Hier stehen einzelne Beiträge des SWR in direkter Konkurrenz zu Beiträgen der privaten Presse/des privaten Rundfunks.

Ganz regelmäßig führt die Tätigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf kommerziellen Drittplattformen auch zu deren geschäftlicher Förderung, da derartige Plattformen im Normalfall von der Anwesenheit möglichst vieler Inhalte und Interaktionen leben.

Bei der aktuellen und planmäßig noch steigenden Anzahl von Angeboten auf Portalen Dritter wird auch der SWR zum **Zulieferer für diese kommerziellen Dritten**. Da diese „kostenlosen“ Angebote auf Drittplattformen mit privatfinanzierten Medienangeboten konkurrieren, liegt **ein erheblicher Wettbewerbseingriff** und damit ein Eingriff in die Finanzierbarkeit privater Medien vor. Zumal der SWR ja in seinem Telemedienänderungskonzept auch deutlich (S. 43) macht,

„... Inhalte auf sozialen Netzwerken und Drittplattformen zu präsentieren, ist für den SWR unverzichtbar, um möglichst viele Menschen, möglichst die ganze Gesellschaft zu erreichen“

und dass es hier **nicht nur „um eine unveränderte Ausspielung linearer Inhalte auf Drittplattformen“** geht, sondern, dass eine solche nur

„in Ausnahmefällen ... noch sinnvoll und angemessen ist.“ (S. 44)

Damit wird nochmals deutlich, dass man die Auswirkungen auf den Wettbewerb in Kauf nimmt.

Das trifft aus Sicht der Presseverlage für Textangebote zu, aber auch für Audio und Videoangebote der privaten Rundfunkveranstalter, die auf Drittplattformen (beispielsweise auf YouTube) zugänglich gemacht werden. Nicht zu vergessen ist auch, dass es sich zumeist um Plattformen handelt, die über problematische und möglicherweise zu regulierende Torwächter-Stellungen im Markt verfügen.

Der SWR ist bei der Verbreitung von Inhalten auf Drittplattformen gemäß § 30 Abs. 5 Nr. 1 in Verbindung mit Abs. 6 MStV verpflichtet, das Verbot von Werbung und Sponsoring einzuhalten.

Beiträge auf Drittplattformen wie Facebook, Instagram oder TikTok werden aber in einem generellen Umfeld von Werbung angezeigt - eine neue problematische Konkurrenzsituation zwischen gebührenfinanzierten und privaten Angeboten. Die sozialen Netzwerke können kostenlose öffentlich-rechtliche (Text-)Beiträge ausspielen und erzielen dadurch Werbeeinnahmen, was diese Inhalte für sie attraktiv macht. Ein privater Presseverlag /ein privates Rundfunkunternehmen muss hingegen versuchen, für die Vermarktung seiner Beiträge auf Drittplattformen Geld zu erhalten. Dies ist auch ohne die direkte Konkurrenz durch die kostenlosen Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beschwerlich genug (zu dieser Frage auch unten, ab S.20, aus Sicht der privaten Rundfunkanbieter.

Im Beihilfekompromiss hat Deutschland der EU-Kommission ausdrücklich zugesichert, dass Werbung und Sponsoring im Umfeld von öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten verboten wird. Dem widerspricht faktisch die starke Tätigkeit auf privaten Plattformen mit Werbeangeboten. Das Telemedienänderungskonzept des SWR nähert sich diesem Problem eher resignierend/unbeteiligt (sicherlich wird der Grundsatz des Verbotes § 30 Absatz 6 Satz 1 auf S. 8 erwähnt) und ohne

Beschreibung konkreter Maßnahmen, die hierzu ergriffen werden - abgesehen von der (selbstverständlichen) Zusicherung, dass keine Inhalte Teil von kostenpflichtigen Angeboten werden (siehe S. 8, dort wird der Grundsatz des Verbotes des § 30 Absatz 6 Satz 1 MStV in diesem Zusammenhang angeführt). Offenbar wird für zukünftige Unternehmungen auf Drittplattformen zugunsten einer möglichen Nutzung billigend in Kauf genommen, dass Inhalte mit dem üblichen Werbeumfeld versehen oder auch eine werbliche (Dritt-)Wirkung haben werden. Diese Haltung verkennt die Bedeutung, die derartige Plattformen für das Wettbewerbsumfeld der Medienunternehmen und Presseverlage haben.

Es ist zudem kein zwingender Mechanismus, dass die Angebote im Hinblick auf jede kommerzielle Plattform, die momentan in irgendeiner Weise zur Inhaltevermittlung dient, unabhängig von journalistisch-redaktioneller Veranlassung und dem dadurch auf dem Markt erzielten Mehrwert ohne Beschränkung verbreitet werden. Die Tatsache, dass diese Plattformen grundsätzlich bei der adressierten Zielgruppe beliebt (S. 43/44) sind, stellt hierfür keine ausreichende Begründung dar.

Laut dem Telemedienänderungskonzept sollen sich zukünftige Auftritte des SWR auf Drittplattformen auch stärker nach den kommunikativen Erfordernissen des jeweiligen Umfelds richten (S. 43, 44). Es ist daher konkret zu befürchten, dass zugunsten einer Durchsetzung und Verbreitung auf beliebten Plattformen (YouTube, insbesondere „Shorts“, TikTok, Snapchat usw.) die erforderliche Qualität der Inhalte einer plattformspezifischen Gestaltung geopfert wird, um deren Aufmerksamkeitslogik (S. 44 unten) zu entsprechen. Es kann jedoch nicht im Sinne des Rundfunkauftrages sein, dass vermehrt inhaltsleere, rein unterhaltende oder zeitgeistige Beiträge produziert werden, um die Reichweite des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu erhöhen und mit manch privatem Anbieter mithalten zu können.

II. 4 Änderung des Verweildauerkonzepts

Mit dem nun geführten Drei-Stufen-Test-Verfahren möchte der SWR das seinerzeit festgelegte Verweildauerkonzept ändern.

Damit soll auf geänderte Nutzungsbedingungen, aber auch auf Eingaben und Erwartungen der Beitragszahler reagiert werden und ein ständigerer Zugang zu öffentlich-rechtlichen Inhalten ermöglicht werden.

Bei der Festlegung der Verweildauern ist im Lichte des Staatsvertrags stets eine Abwägung zwischen der Erfüllung des telemedialen Rundfunkauftrages und der durch öffentlich-rechtliche Inhalte ausgelösten Wettbewerbsverzerrung zu treffen. In diese Abwägung müssen auch die Auswirkungen eingestellt werden, die die umfangreiche Verfügbarkeit von immer mehr öffentlich-rechtlichen Inhalten auf das publizistische Wettbewerbsumfeld hat.

Das Telemedienänderungskonzept des SWR begnügt sich damit, zu betonen, neue Nutzungsgewohnheiten (S.50) des nicht-seriellen und zeitunabhängigen Abrufs von Inhalten erforderten zwingend eine Verlängerung gewisser Verweildauern.

Dabei wird jedoch nicht bedacht, dass es naturgemäß stets eine Verbesserung für den Nutzer darstellt, wenn noch mehr Inhalte noch länger in den Portalen des SWR und der ARD vorhanden sind. Dasselbe gilt für jedes andere Telemedienangebot mit audiovisuellen oder textbasierten Inhalten. Dass Nutzer generell und nach Befragungsergebnissen der ARD/ZDF-Onlinestudie angeben, mehr Online-Angebote zu nutzen, ist nicht pauschal gleichzusetzen mit der Notwendigkeit einer umfassenden Verweildauerverlängerung. Dies gilt insbesondere für die Verlängerung für non-fiktionale Inhalte von 12 auf 24 Monate, die nicht näher begründet wird.

Diese Verlängerung tritt außerdem neben die Möglichkeit, „aus redaktionellen Gründen [...] ausgewählte Inhalte mit transparent nachvollziehbarer Begründung wiedereinzustellen“. Dies sei notwendig, „um einen Beitrag zum gesellschaftlichen Diskurs zu leisten und die Nutzerbedürfnisse zu erfüllen.“ Das Konzept führt aus: „Ein gesellschaftlicher Diskurs über aktuelle Themen wie z. B. politischer Extremismus kann nur dann erfolgreich geführt werden, wenn wesentliche Teilbeiträge und Belege nicht wegen nutzungsfremder Verweildauerfristen gelöscht werden und damit die Plausibilität der Gesamtberichterstattung zu dem Thema zerstört wird (S. 52).“

Auf ähnlicher Grundlage können „ausgewählte Inhalte“ in ein Archiv überführt werden. Flankiert wird dies durch die Option, „Inhalte und interaktive Angebote, die sich auf regelmäßig wiederkehrende Themen oder konstante Elemente der Berichterstattung beziehen und diese abbilden“, so lange anzubieten, „wie sie für das gesellschaftliche Nutzungsbedürfnis relevant sind.“ Als Bildungsinhalte definierte Angebote können hinzukommend schon nach dem Staatsvertrag unbegrenzt vorgehalten werden.

Daraus ergibt sich ein massiver Abwägungs- und Handlungsspielraum, fast beliebige Themen, die Teil der zeitgeschichtlichen Nachrichtenberichterstattung sind oder waren, mehr oder weniger dauerhaft online zu belassen.

In Verbindung mit einer stetig gewachsenen Menge an nicht-sendungsbezogenen, presseähnlichen Inhalten kann hierdurch eine Konkurrenz zu den von vielen Presseverlagen aus verschiedenen Gründen längerfristig vorgehaltenen Presseartikeln hergestellt werden. Gleichzeitig bieten zahlreiche Verlage Pressearchive an, die geschäftlich fest verankert und für die Refinanzierung von Verlagsangeboten entscheidend sind. Das vorliegende Konzept fördert also weiter eine zu ausgiebige und im Ergebnis staatsvertragswidrige Behandlung von nachrichtlichen und sonstigen Beiträgen. Dies greift massiv in die Verwertung von Presseinhalten privater Anbieter wie auch der Mitglieder des VSZV ein.

II. 5 Beitrag der wesentlichen Änderungen in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb

Soweit für uns erkennbar, scheint der SWR die nun vorzunehmenden Änderungen, aber auch den Ausbau der bestehenden Angebote Richtung „online only“, „online first“ und auf Drittplattformen für nicht weiter rechtfertigungsbedürftig anzusehen.

Angesichts des Ausbaus an derartigen Inhalten in Verbindung mit der Erweiterung des Verweildauerkonzepts und damit der zu erwartenden Zunahme gilt das Folgende:

Keinesfalls ist die Erlaubnis, grundsätzlich auch bestimmte onlinebasierte Inhalte vorzuhalten, als Grundlage für umfassende textlastige und presseähnliche Angebote zu verstehen. Dieser Markt ist vielmehr bereits mit einer Vielzahl an Angeboten privater Presseverlage und anderer Marktteilnehmer im Wettbewerb aufgestellt und darf nicht durch den Ausbau unzulässiger Angebote unter dem Deckmantel einer „online only“-Strategie gestört werden.

Daneben sei darauf verwiesen, dass der Umstand, dass mit den neuen Angeboten weitere Telemedienangebotsformen des SWR abrufbar sind, nicht gleichbedeutend, mit mehr Qualität im publizistischen Wettbewerb ist. Ein bloßes „Mehr“ an Angeboten ist keine Garantie für mehr publizistischen Wettbewerb, erst recht kein Ausweis für ein „Mehr“ an Qualität.

Vor diesem Hintergrund ist nicht erkennbar, weshalb im Bereich der Telemedienangebote des aktuell noch eine Lücke vorhanden sein sollte, die es - wie im Telemedienänderungskonzept eingangs beschrieben - erforderlich machen würde, weiter und vermehrt audiovisuelle Angebote („online only“) unabhängig von den linearen Angeboten im Hörfunk oder TV zu entwickeln.

Auch bezogen auf noch weiter zu entwickelnde „online first“-Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fehlt jeder Nachweis, ob und weshalb diese Angebote „in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beitragen“.

Dieser Nachweis dürfte schon deshalb schwerfallen, weil die Inhalte, die über „online first“ abrufbar sein sollen, später auch in den „regulären“ Telemedienangeboten nutzbar sind. Allein der Umstand, dass Inhalte vorgezogen werden, vermittelt ihnen keine besondere „Qualität“ gegenüber dem, was (inhaltsgleich) nachkommt. Weshalb „online first“-Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einen qualitativen Mehrwert besitzen sollen, dem im publizistischen Wettbewerb Relevanz zuzusprechen wäre, ist nicht erkennbar.

Schon vorhandene Telemedienangebote des SWR, die inhaltlich unverändert auch auf Drittportalen zu finden sind, können - und dies ist offenkundig – in „qualitativer Hinsicht“ keinerlei ergänzenden Beitrag (Mehrwert) „zum publizistischen Wettbewerb“ leisten.

Das Vorhaben des SWR, mit seinen Telemedienangeboten noch weiter und verstärkt auch auf Drittplattformen präsent zu sein, erklärt sich damit allein aus dem Umstand, auf diese Weise zu Lasten der privaten Anbieter öffentlich-rechtliche Reichweitengewinne generiert werden sollen.

Es widerspricht – auch unter unionsrechtlichen Beihilfekriterien – eklatant dem Gedanken eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks, wenn die Rundfunkanstalten gebührenfinanzierten Content kommerziellen Drittplattformen - kostenfrei - überlassen (würden), die damit ihr Angebot „aufhübschen“. Dies wäre kein qualitativer Beitrag zum publizistischen Wettbewerb, sondern eine nicht hinnehmbare Wettbewerbsverzerrung zu Lasten der privaten Telemedienanbieter, die (in Teilen) auf Werbeeinnahmen angewiesen sind, um Qualitätsjournalismus anbieten zu können.

Indem neue Telemedien-Angebotsformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wie „online only“ oder „online first“ scheinbar unverfänglich lediglich als eine „Änderung der Telemedienkonzepte“ wahrgenommen werden sollen, wird in Wahrheit ein Weg eingeschlagen, der den Rundfunkbezug immer mehr vernachlässigt, um die öffentlich-rechtlichen Anstalten zu Onlineanbietern werden zu lassen, die sich nicht mehr von privaten Anbietern unterscheiden. Dies ist rundfunk-(verfassungs-) rechtlich nicht begründbar und unionsrechtlich nicht legitimierbar (Stichwort: Staatliche Beihilfen und Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland).

II. 6. Auswirkungen im Markt für Journalistische Produkte im Nachrichtenmarkt

Das Telemedienänderungskonzept des SWR äußert sich nicht ausführlich dazu, inwieweit seine aktuellen und geplanten Telemedienangebote im Presse- bzw. Nachrichtenmarkt Einfluss nehmen.

Die vermehrten Aktivitäten im Bereich „online only“, „online first“ und in Form von anderen nicht sendungsbezogenen Angeboten, wie sie zum Teil im Änderungskonzept beschrieben und vielfach vom SWR vorgehalten werden, konkurrieren jedoch im weitesten Sinne mit den Angeboten der Presseverlage /der privaten Rundfunkmedien und bremsen bzw. behindern deren Entwicklung nachhaltig. Damit ist das aktuelle und durch das Konzept umrissene zukünftige Telemedienangebot staatsvertragswidrig und ist im Rahmen des Drei-Stufen-Tests nicht genehmigungsfähig.

In der aktuellen Phase der digitalen Transformation gilt es für Presseverlage, die weiter zurückgehenden Umsätze aus dem Print-Bereich durch digitale Erlöse zu kompensieren. Mittel- und langfristig werden digitale Presseprodukte entscheidende Säule der Publisher sein.

Hierzu muss aber ein nachhaltiges Geschäftsmodell etabliert werden, das eine Zahlungsbereitschaft der Kunden und Leser für digitale Presseprodukte voraussetzt. Paid Content Strategien sowie digitale Abonnements werden insoweit bereits eingesetzt und auch von den Lesern angenommen.

Diese Effekte werden jedoch massiv durch die - durch das neue Verweildauerkonzept auch immer längere - Anwesenheit kostenloser presseähnlicher Produkte der Rundfunkanstalten im Markt beeinträchtigt. Indem mehr und mehr substituierende Textartikel und presseähnliche Darstellungen auf swr.de vorgehalten werden, die zudem mit einem stets gestiegenen Rundfunkbeitrag finanziert werden und meistens keinen Sendungsbezug aufweisen, sinkt die Bereitschaft und Möglichkeit der Leser, für professionellen Journalismus im Internet Geld zu zahlen.

Wie eine vor Kurzem durchgeführte Trend-Umfrage im Rahmen des „ZMG Media Monitors“ zeigt, geben über 80 Prozent der Befragten an, nicht für Nachrichteninhalte im Netz gezahlt zu haben, weil genug kostenlose Inhalte verfügbar sind. Etwa ebenso viele Befragte würden der Aussage zustimmen, dass sie keine kostenpflichtigen Inhalte anderer Nachrichtenanbieter bräuchten, solange es genug kostenlose Inhalte gibt.

Dies untermauert - wie viele andere Erkenntnisse zuvor auch - den unmittelbaren Zusammenhang, in dem die Verbreitung von kostenfreien Inhalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit dem Bestand privater Presseangebote steht.

Gerade weil der digitale Werbemarkt, aber auch der digitale Nachrichtenmarkt stark umkämpft ist, verschlechtern die Angebote der ARD-Anstalten die Lage zusätzlich. Besonders die Kombination aus gebührenfinanzierten Inhalten in einem umkämpften und konzentrierten Markt schädigt die Marktaussichten digitaler Presseprodukte enorm. Dass der SWR nach dem vorliegenden Telemedienänderungskonzept eine verstärkte Auspielung über kommerzielle Drittplattformen weiter forcieren will, wird hierzu das Übrige tun.

In den einschlägigen App Stores (Google Play Store, Apple App Store) sind die Anwendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wie des SWR in weiten Teilen ähnlich verschlagwortet wie die der Verlage.

Suchen nach „Nachrichten“ oder „Presse“ (auch in Verbindung mit bestimmten Orten oder Regionen) zeigen private wie öffentlich-rechtliche Angebote. Teils verzeichnen die textlastigen Nachrichten-Apps der Sender ähnliche oder bessere Download-Zahlen als die der jeweiligen Verlage oder auch überregionalen Titel.

Nicht zu vernachlässigen ist auch das direkte Konkurrenzverhältnis, in dem die mobilen Anwendungen des SWR mit den gedruckten Ausgaben der Presseverlage stehen. Insbesondere Pendler, die für die Lektüre bislang noch oft auf Print-Exemplare zurückgriffen, bekommen durch diese Telemedien ein kostenloses Substitut angeboten. In der Abwägung, zukünftig für die Nutzung unterwegs ein kostenpflichtiges ePaper oder ein Plus-Abonnement zu kaufen, stoßen viele Leser auf die immer umfangreicheren Textangebote der Rundfunkanstalten. Damit wird in vielen Fällen und gerade in Zeiten prinzipiell steigender ePaper-Nachfrage durch kostenfreie öffentlich-rechtliche Angebote das Geschäft der (Digital-)Publisher massiv beeinträchtigt.

III. Ergänzende Anmerkungen des VPRA zum Themenbereich Drittplattformen

Für die im Verband Privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg e.V. (VPRA) vertretenen Rundfunkunternehmen seien an dieser Stelle ergänzende Einwendungen vorgetragen.

Die baden-württembergischen privaten Rundfunkanbieter bieten neben ihren linearen, terrestrisch verbreiteten Angeboten auch programmbegleitende Online-Informationen, für die sich im Audiodbereich der Begriff „Podcast“ eingebürgert hat.

Das Telemedienänderungskonzept des SWR vom September 2021 befasst sich mit diesem Segment insbesondere unter den Erwägungen zu den allgemeinen Entwicklungen der letzten Jahre mit Audio.

Unabhängig von der Tatsache, dass der Gesetzgeber über die Aufgabendefinition des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verlangt, dass er sehr breite Zielgruppen mit einem ausgewogenen Angebot zu bedienen hat und ihm dafür den besonderen Weg der Finanzierung durch die Rundfunkgebühr eröffnet hat, dient die Systematik doch dem übergeordneten Ziel, ein funktionsfähiges duales Rundfunksystem dadurch zu erreichen, dass private und öffentlich-rechtliche Anbieter in gleicher Weise gegenüber dem Rezipienten in Erscheinung treten, dieser also eine größere Auswahl hat, als wenn nur ein Teilsystem zur Verfügung stünde.

Wie schon in dieser Stellungnahme angesprochen: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist gesetzlich mit Blick auf seine Funktion im dualen Rundfunksystem beauftragt oder hat die Kompetenz, durch entsprechende Verfahren wie den vorliegenden Drei-Stufen-Test seinen Auftrag zu konkretisieren. Dabei ist aber auch der Balance im dualen Rundfunk, sowohl bei den linearen Angeboten als auch den Online-Aktivitäten – im Rahmen dieser Verfahren Rechnung zu tragen, die §§ 30 Abs. 4, 30 Abs. 6 und 32 Abs. 4 MStV drücken dies (nicht abschließend) aus.

Damit geht es in den laufenden Verfahren nicht nur um eine marktlich-wettbewerbsrechtlich definierte Konkurrenzsituation. Die mit der Bewertung befassten Gremien haben die Auswirkungen der ihnen vorliegenden Konzeption auch mit Blick auf den anderen Teil des dualen Rundfunks zu bewerten. Sie sind Sachwalter der Allgemeinheit und nicht der Rundfunkanstalt, deren Intendanz ihnen ein Konzept vorlegt. Als Sachwalter der Allgemeinheit haben die Gremien die Funktionsfähigkeit des dualen Rundfunksystems insgesamt in den Blick zu nehmen, weshalb die Beteiligungsrechte gesetzlich eingeräumt sind, von denen diese Stellungnahme Gebrauch macht.

Das vorliegende Konzept leistet die Balance im dualen Rundfunk nicht und ist daher abzuändern.

Die Entwicklung im **Audiodbereich** beschreibt das Telemedienänderungskonzept auf den Seiten 68 ff.

Auf S. 71 f der Vorlage werden die Auswirkungen der Telemedien des SWR auf private Angebote dargestellt. Beim Privatrado finden sich zwei Anbieter, die objektiv gesehen recht willkürlich herausgegriffen werden und nicht die Branche repräsentieren. **Keines der zahlreichen Mitglieder unseres Verbandes – vor allem kein Lokalradio – ist betrachtet.**

Auf S. 73 im (Kapitel 5.2.1.3. Nachrichtenmarkt) findet sich die Feststellung „Das Vorhandensein und die Nutzung des SWR-Angebots geht somit nicht zu Lasten der publizistischen Wettbewerber - weder der regionalen noch der überregionalen - man spricht auf S. 74 oben, dass „von geringen Auswirkungen auf das Feld der regionalen Wettbewerber auszugehen ist.

Im Übrigen: Was den auf den Seiten 63 bis 68 betrachteten Videosektor angeht, kommt man zu einem ähnlichen Ergebnis: Dort meint man auf S. 63/64 feststellen zu können, dass „sich die von den privaten Mitbewerbern geäußerten Befürchtungen einer beitragsfinanzierten Dominanz der ARD-Teledienste, die im Konsultationsverfahren der geltenden Teledienstekonzepte vorgebracht worden waren, als unbegründet erwiesen“.

Auf S. 74 wird die These aufgestellt, dass das Angebot des SWR für den Wettbewerb auf dem Werbemarkt keine Auswirkungen habe, da der SWR einem Werbeverbot unterliege – dabei wird ausgeblendet, dass der SWR Content kostenfrei an Drittplattformen liefert, die daraus neue Angebote mit Werbung bauen, was sehr wohl Auswirkungen auf Werbemärkte im Konkurrenzverhältnis zum privaten Radio hat. Die Frage, welche Auswirkungen die **Stärkung der Drittplattformen durch Aktivitäten des SWR** darstellt, die doch die Unterlage selbst als „direkte Konkurrenz zum Radiohören“ (S. 69) versteht, wird mit diesem verkürzten Verständnis erst gar nicht geführt. Dieser Aspekt steht aber im Mittelpunkt der zu führenden Diskussion. Wir verweisen auf die Forschungsergebnisse, die der ARD-Forschungsdienst unter dem Titel „Radio, Podcast und Audiostreaming: Wirkung auditiver Angebote“ in Mediaperspektiven Heft 9/2021, S. 47 ff. zusammengetragen hat. Dort wird schon in der einleitenden Zusammenfassung des Forschungsdienstes hervorgehoben, dass sich unterschiedliche Communitys je nach Zielgruppe und präferiertem Inhalt bilden und dass die unterschiedliche Situation die Rezeption der Angebote verändert. Dem wird der verkürzte Hinweis, es handele sich gegenüber dem linearen Programm um nichts anderes, es liege dieselbe „Konkurrenzsituation“ vor, nicht gerecht.

Die Beobachtung auf S. 68, global agierende oder entsprechend skalierte Unternehmen dominierten den Wettbewerb, ist aus Sicht des SWR nur dann nachzuvollziehen, wenn die Augen vor der Wettbewerbssituation im lokalen und regionalen Markt geschlossen werden. Aus Sicht des zweiten Teils des dualen Rundfunks, der nicht über die Größenvorteile eines Zusammenhaltes innerhalb der ARD verfügt, sieht das Wettbewerbsverhältnis anders aus: man ist eingeklemmt zwischen den zutreffend beschriebenen global agierenden Unternehmen wie Apple, Spotify, Tunes, Amazon Music und anderen – und dem sehr viel breiter aufgestellten finanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Da für das vorgelegte Konzept bei der Bewertung seiner Auswirkungen diese Konkurrenzsituation aber komplett ausgeblendet wird, findet eine Bewertung nicht statt.

Dabei sieht das Konzept (etwa S. 35, 36), dass algorithmenbasierte Systeme einen Bezug zu Datenschutz und Vielfalt haben. Gerade auf solche Drittplattformen, die auf diesem Feld nicht den Maßstäben genügen, die der SWR selbst und im Zusammenhang mit den Plattformen der ARD für sich in Anspruch nimmt, sollen verstärkt Inhalte geliefert werden.

Gerade die Zurverfügungstellung von Inhalten wie Podcasts, etwa wie Spotify, führt dazu, dass unter **Ausnutzung der auf der Drittplattform vorhandenen Daten** (deren rechtmäßige Erhebung und Nutzung auf einem anderen Blatt steht) einzelne Nutzer Musikinhalte nach individueller Präferenz erhalten und zudem die Inhalte, die kostenfrei vom SWR und anderen öffentlich-rechtlichen Anstalten beigestellt werden. Daraus **„entwickeln sich neue Nutzungsformen, die in direkter Konkurrenz zum Radiohören stehen“** (S. 69 – zutreffend). Das ist aber nicht nur eine Konkurrenz zum SWR, sondern auch zu dem anderen Teil des dualen Hörfunksystems. Die Abwägungen, was diese neu entstehende und durch die Bereitstellung von Inhalten auf derartigen Drittplattformen heraufbeschworenen Konkurrenz ausmachen, darf nicht nur auf den SWR bezogen werden, sondern muss auch mit Blick auf Privatradios diskutiert werden.

Die Abwägung dieser Konkurrenz leistet das vorgelegte Telemedienänderungskonzept nicht. Die wettbewerblichen Auswirkungen durch die neue Konkurrenz der Drittplattform gegenüber den Privaten ist besonders stark. Deren Chancen, im Wettbewerb mit ihren Inhalten rezipiert zu werden, sinken. Dieser Nachteil eines Teils des dualen Rundfunks mit der Gefahr der Verringerung von Vielfalt, ist nicht angesprochen. Die Gremien haben dies in ihrer weiteren Beratung zu berücksichtigen und das Papier bei einer Drittzulieferung anzupassen.

Die Drittzulieferung selbst ist nur dann überhaupt zulässig, wenn sie „geboten ist“. Bezogen auf Audioangebote ist nirgendwo dargelegt, dass das Füttern von beispielsweise Spotify mit kostenfreiem (beitragsfinanziertem) Premium-Content „geboten“ ist, damit der öffentlich-rechtliche Rundfunk sich in der Gesellschaft und den entsprechenden Zielgruppen Gehör verschafft. **Es ist nicht „geboten“, dass der SWR Angebote, die wie Radio klingen, durch Dritte ermöglichen muss, um in der Gesellschaft wahr genommen zu werden.** Er muss nicht seine eigenen Angebote kannibalisieren und erst recht nicht die der privaten Konkurrenz gleich mit.

Maßgeblich in diesem Zusammenhang ist, dass die neuen Audio-Nutzungsformen gerade keine vollwertigen Radioprogramme im Hinblick auf die Anforderungen an die Vielfalt sind. Algorithmisch werden einzelne Inhalte eingestreut, aber eben nicht jene Vielfalt erzeugt, die von einem Radioprogramm etwa des SWR erwartet oder bei den Privaten von den Medienanstalten kontrolliert wird. Der Ersatz der Nutzung von Radioangeboten durch das Hören solcher Angebote, führt zu weniger Vielfalt. Solche Angebote zu stärken, indem die Drittplattformen gefüttert werden, ist also nicht „geboten“.

Hinzu kommt, dass diese Angebote nicht werbefrei sind. Zwar soll sichergestellt werden, dass die Rundfunkanstalt durch die dort erzielten Werbeeinnahmen nichts erhält.

Die unschuldige Formulierung, es seien Google und Facebook, die den deutschen Werbemarkt dominierten, ist eine stark verkürzte Darstellung der Tatsachen, die Wesentliches unterschlägt: Eine solche Feststellung blendet Spotify, Tuneln und andere aus, die um den kostenfrei angelieferten Content des SWR neue und konkurrierende Angebote bauen, die sie aus dem Werbemarkt finanzieren – und zwar mittels Geotargeting aus dem regionalen Werbemarkt, wohingegen etwa in Baden-Württemberg für das konkurrierende Privatrado Beschränkungen bei der Auseinanderschaltung von Werbung (siehe § 11 Absatz 2 LMedienG) bestehen. Das den Anstalten auferlegte Werbeverbot soll nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts die Angebotserstellung ausschließen, die sich nach werblicher und nicht nach publizistischer Logik vollzieht.

Die Werbefreiheit will auch die Finanzierungschancen der privaten Konkurrenz erhöhen. Wenn formuliert wird, die neuen „Nutzungsformen“ stünden in direkter Konkurrenz zum Radiohören, meint das auch die in diesem Zusammenhang erzielte Werbung – unabhängig davon, ob der SWR daran durch Anteile (oder indirekte Effekte) partizipiert oder nicht.

Das Werbeverbot soll nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts die Angebotserstellung ausschließen, die sich nach werblicher und nicht nach publizistischer Logik vollzieht.

Im Ergebnis: Das Telemedienkonzept greift im Bereich Audio zu kurz. Es berücksichtigt nicht den gesamten Bereich des dualen Rundfunks. Die Gremien als Sachwalter der Allgemeinheit haben dies nachzuholen. Das Konzept ist bei der Belieferung von Drittplattformen restriktiver auszugestalten.

III. Zusammenfassung

1. Verstoß gegen das Verbot der flächendeckenden Lokalberichterstattung

Im Ergebnis würden durch die Umsetzung der Änderungsvorschläge in äußerster Weise sowohl lokale Zeitungsangebote als auch Angebote der lokalen Rundfunk- und Fernsehveranstalter substituiert und der Vielfalt und der Entfaltungsmöglichkeit dieser Presse durch die Telemedienangebote des SWR geschadet.

Es ist an unterschiedlichster Stelle zu beobachten, dass entgegen dem Verbot flächendeckender lokaler Berichterstattung (§ 30 Abs. 5 Nr. 3 MStV) presseähnliche Texte in den Telemedien des SWR auftauchen, die lediglich von lokalem Interesse sind. Angesichts dieser Entwicklung muss im Telemedienänderungskonzept erläutert werden, wie diesem staatsvertragswidrigen Trend Einhalt geboten wird / werden soll.

Auch schweigt sich das Telemedienkonzept aus, wie die Einhaltung des Verbots flächendeckender lokaler Berichterstattung in öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten (§ 30 Abs. 5 Nr. 3 MStV) denn tatsächlich gesichert wird / werden soll.

Auch sehen wir durch die Ausdehnung der Konzeption eine erhebliche Verstärkung des bestehenden Ungleichgewichts im dualen Rundfunksystem.

2. Sicherung der Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit

Die Ausführungen zum Thema „Maßnahmen zur Einhaltung des Verbots der Presseähnlichkeit“ werden den Anforderungen an medienstaatsvertragskonforme Telemedienänderungskonzepte nicht gerecht. Hinzukommt, dass bezogen auf die neuen Telemedienangebote überhaupt keine „Maßnahmen“ genannt werden, wie dem Verbot der Presseähnlichkeit Rechnung getragen wird (werden soll).

Die in Frage stehenden Ausführungen können in der vorgelegten Fassung keinen Bestand haben. Sie sind nicht genehmigungsfähig.

3. Zur Verbreitung auf Drittplattformen

Bei der aktuellen und planmäßig noch steigenden Anzahl von Angeboten auf Portalen Dritter wird auch der SWR zum **Zulieferer für diese kommerziellen Dritten**. Da diese „kostenlosen“ Angebote auf Drittplattformen mit privatfinanzierten Medienangeboten konkurrieren, liegt **ein erheblicher Wettbewerbseingriff** und damit ein Eingriff in die Finanzierbarkeit privater Medien vor.

Das Telemedienkonzept greift auch im Bereich Audio zu kurz. Es berücksichtigt nicht den gesamten Bereich des dualen Rundfunks. Die Gremien als Sachwalter der Allgemeinheit haben dies nachzuholen. Das Konzept ist bei der Belieferung von Drittplattformen restriktiver auszugestalten.

4. Änderung des Verweildauerkonzepts

Das Telemedienänderungskonzept des SWR begnügt sich damit, zu betonen, neue Nutzungsgewohnheiten des nicht-seriellen und zeitunabhängigen Abrufs von Inhalten erforderten zwingend eine Verlängerung gewisser Verweildauern.

Dies erzeugt einen nahezu unbegrenzten Abwägungs- und Handlungsspielraum, fast beliebige Themen, die Teil der zeitgeschichtlichen Nachrichtenberichterstattung sind oder waren, mehr oder weniger dauerhaft online zu belassen.

In Verbindung mit einer stetig gewachsenen Menge an nicht-sendungsbezogenen, presseähnlichen Inhalten kann hierdurch eine Konkurrenz zu den von vielen Presseverlagen aus verschiedenen Gründen längerfristig vorgehaltenen Presseartikeln hergestellt werden.

Das vorliegende Konzept fördert weiterhin eine zu ausgiebige und im Ergebnis staatsvertragswidrige Behandlung von nachrichtlichen und sonstigen Beiträgen. Dies greift massiv in die Verwertung von Presseinhalten privater Anbieter ein.

5. Beitrag der wesentlichen Änderungen in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb

Soweit erkennbar, scheint der SWR die nun vorzunehmenden Änderungen, aber auch den Ausbau der bestehenden Angebote Richtung „online only“, „online first“ und auf Drittplattformen für nicht weiter rechtfertigungsbedürftig anzusehen.

Indem neue Telemedien-Angebotsformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wie „online only“ oder „online first“ scheinbar unverfänglich lediglich als eine „Änderung der Telemedienkonzepte“ wahrgenommen werden sollen, wird in Wahrheit ein Weg eingeschlagen, der den Rundfunkbezug immer mehr vernachlässigt, um die öffentlich-rechtlichen Anstalten zu Onlineanbietern werden zu lassen, die sich nicht mehr von privaten Anbietern unterscheiden. Dies ist rundfunk-(verfassungs-)rechtlich nicht begründbar und unionsrechtlich nicht legitimierbar (Stichwort: Staatliche Beihilfen und Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland).

6. Auswirkungen im Markt für Journalistische Produkte im Nachrichtenmarkt

Die vermehrten Aktivitäten im Bereich „online only“, „online first“ und in Form von anderen nicht sendungsbezogenen Angeboten, wie sie zum Teil im Änderungskonzept beschrieben und vielfach vom SWR vorgehalten werden, konkurrieren jedoch im weitesten Sinne mit den Angeboten der Presseverlage /der privaten Rundfunkmedien und bremsen bzw. behindern deren Entwicklung nachhaltig.

Weil der digitale Werbemarkt, aber auch der digitale Nachrichtenmarkt stark umkämpft ist, verschlechtern die Angebote der ARD-Anstalten die Lage zusätzlich. Besonders die Kombination aus gebührenfinanzierten Inhalten in einem umkämpften und konzentrierten Markt schädigt die Marktaussichten digitaler Presseprodukte enorm. Dass der SWR nach dem vorliegenden Telemedienänderungskonzept eine verstärkte Auspielung über kommerzielle Drittplattformen weiter forcieren will, wird hierzu das Übrige tun.

Zusätzliche Anmerkungen des VPRA:

Die Frage, welche Auswirkungen die **Stärkung der Drittplattformen durch Aktivitäten des SWR** darstellt, wird nicht in ausreichendem Maße geführt.

Die Bewertung des Wettbewerbsverhältnisses und der Konkurrenzsituation zwischen global agierenden Unternehmen wie Apple, Spotify, TuneIn, Amazon Music und anderen, dem gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk und dem Privatrundfunk in Bezug auf die Auswirkungen ist unzureichend. **Die Abwägung dieser Konkurrenz leistet das vorgelegte Telemedienänderungskonzept nicht.** Die Chancen der Privaten, im Wettbewerb mit ihren Inhalten rezipiert zu werden, sinken. Dieser Nachteil eines Teils des dualen Rundfunks mit der Gefahr der Verringerung von Vielfalt, ist nicht angesprochen. Die Gremien haben dies in ihrer weiteren Beratung zu berücksichtigen und das Papier bei einer Drittzulieferung anzupassen.

Unberücksichtigt blieb der Aspekt, dass mit Drittzulieferung um den kostenfrei angelieferten Content des SWR Anbieter wie Spotify, Tuneln und andere neue und konkurrierende Angebote bauen, die sich aus dem Werbemarkt finanzieren. Das widerspricht dem Gebot der Werbefreiheit dahingehend, als dieses Gebot gerade auch **die Finanzierungschancen der privaten Konkurrenz erhöhen** soll.

Im Ergebnis: Das Telemedienkonzept greift im Bereich Audio zu kurz. Es berücksichtigt nicht den gesamten Bereich des dualen Rundfunks. Die Gremien als Sachwalter der Allgemeinheit haben dies nachzuholen. Das Konzept ist bei der Belieferung von Drittplattformen restriktiver auszugestalten.

Mit freundlichen Grüßen



Valdo Lehari jr.
Vorsitzender VSZV und VPRA



Dr. Holger Paesler
Geschäftsführer VSZV und VPRA